

LEODICEIA RIBEIRO OLIVEIRA

**Desenvolvendo o Comportamento Empreendedor
na Adolescência: um estudo de caso com base
no Programa Junior Achievement em Belém-Pará**

Orientador: Professor Doutor Adalberto da Cruz Lima

Co-Orientadora: Professora Doutora Felipa Cristina H. Lopes dos Reis

**Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
Escola de Ciências Económicas e das Organizações**

LISBOA

2017

LEODICEIA RIBEIRO OLIVEIRA

**Desenvolvendo o Comportamento Empreendedor
na Adolescência: um estudo de caso com base
no Programa Junior Achievement em Belém-Pará**

Dissertação defendida em provas públicas, na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, no dia 17 de outubro de 2017, para obtenção do grau de mestre, perante o júri nomeado pelo Despacho nº 300/2017 de 22 de Setembro de 2017, com a seguinte composição:

Presidente: Prof. Doutor António Augusto Teixeira da Costa

Arguente: Prof. Doutor Mário Fernando Carrilho Negas

Orientadora: Prof^a. Doutora Felipa Cristina Henriques Lopes dos Reis.

**Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
Escola de Ciências Económicas e das Organizações**

LISBOA

2017

Ninguém se engane a si mesmo: se
alguém dentre vós se tem por sábio
neste século, faça-se estulto para se
tornar sábio.

(I Coríntios 3: 18)

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais pelo apoio incondicional, pela educação e oportunidade que me proporcionaram, pois mudaram a minha vida;

Ao meu esposo Rafael pela paciência e compreensão. Minha ausência foi sentida e sofrida, mas tudo valeu a pena.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ter me dado o fôlego da vida. Está ao meu lado em todos os momentos, escuta minhas orações e nunca me desamparou. Obrigada pelo chamado e por me capacitar para desenvolver o trabalho que amo. Todo o conhecimento vem do Senhor que fez o céu e a terra, só me resta agradecer e entregar minha vida deixando-o no comando.

Aos meus pais, que em todos os momentos sempre me incentivaram e apoiaram incondicionalmente. Deram-me amor, carinho e me prepararam para o mais importante dos vestibulares: o da vida. Se, hoje estou conquistando mais uma vitória, é porque Deus fora grandioso e soberano em nos instituir na mesma família de sangue e cristã, onde todas as metas foram construídas e alicerçadas nos conselhos que diariamente escutei e consegui traçar o caminho que conduz a vitória. Sei que jamais poderei pagar o que fizeram e ainda fazem por mim. Suas vidas estão nas mãos de Deus para que ele os abençoe e derrame suas bênçãos sobre vocês. Os amo.

Ao meu esposo, por compreender minha ausência mesmo estando bem pertinho de sua presença. Por não questionar o estresse e suportar pacientemente as dificuldades. Os abraços, as conversas, palavras de amor, carinho e apoio que ouço diariamente me dão forças para continuar. Você é um dos maiores presentes que Deus me deu e cada dia que passa meu amor só aumenta. Você se tornou minha fonte de inspiração. Obrigada por existir e por fazer parte de minha vida. Não sei como será nosso futuro, mas nosso presente está valendo à pena. Amo-te incomensuravelmente.

Aos poucos amigos que incentivaram-me sempre, e a pessoa que com atitudes me fez confiar mais em mim: Prof. Dr. Adalberto da Cruz Lima. Sua contribuição foi fundamental para que meu sonho se tornasse uma realidade. Deus lhe abençoe em tudo!

A Junior Achievement, especificamente a sr^a Ocirema, que me recebeu com muito carinho, deu-me atenção e disponibilizou-se sempre que precisasse.

A todos, que direta e indiretamente contribuíram para a concretização de mais uma realização. Muito obrigada!

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo analisar a aplicação do conceito de empreendedorismo em uma organização sem fins lucrativos com denominação de Junior Achievement (JA), na formação de jovens empreendedores na Cidade de Belém no Estado do Pará. Para tanto, utilizou-se de metodologia de estudo de caso, onde se aplicou entrevista com os atores envolvidos no processo de formação de jovens empreendedores e análise de relatórios da JA no período de 2016, sendo a amostra estudada compreendida de 60 alunos que estão vinculados ao programa Miniempresa e pertencentes às escolas públicas e privadas conveniadas com a JA no Estado do Pará, de um total de 2.000 alunos pertencentes a todos os programas. Os dados oriundos da pesquisa de campo foram aplicados em planilhas utilizando o *software Microsoft Excel* e plotado em gráficos para análise. O resultado desta pesquisa mostra a eficácia da JA na formação de jovens empreendedores onde foi possível detectar que um número significativo de jovens hoje se encontram qualificados (78,3%) e motivados (68,3%) para aplicar os conceitos de empreendedorismo nos seus pequenos negócios e/ou no mercado de trabalho onde estão inseridos.

Palavras-chave: Empreendedorismo, formação empreendedora, negócio, Junior Achievement.

ABSTRACT

This work aims to analyze the application of the concept of entrepreneurship in a non-profit organization with the name Junior Achievement (JA), in the training of young entrepreneurs in the city of Belém in the State of Pará. A case study where an interview was applied with the actors involved in the training process of young entrepreneurs and JA's analysis of reports in the period of 2016, the sample studied being composed of 60 students who are linked to the Miniempresa program and belonging to public schools and private partnerships with JA in the State of Pará, out of a total of 2,000 students belonging to all programs. Data from field research were applied to spreadsheets using Microsoft Excel software and plotted on charts for analysis. The result of this research shows the effectiveness of JA in the training of young entrepreneurs where it was possible to detect that a significant number of young people today are qualified (78.3%) and motivated (68.3%) to apply the concepts of entrepreneurship in their small business and/or the labor market where they are inserted.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneurship training, business, Junior Achievement.

ABREVIATURAS E SÍMBOLOS

CSN	Sustentabilidade NEXA
ENG	Encontro Nacional de Gestores
FIE	Fórum Internacional de Empreendedores
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBQP	Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade
JA	Junior Achievement
JAPA	Junior Achievement Pará
ME	Miniempresa
NEXA	Núcleo de Ex-Achievers
PDCN	Programa de Desenvolvimento e Capacitação do NEXA
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SGE	Semana Global do Empreendedorismo
TTE	Taxa Total de Empreendedorismo

ÍNDICE GERAL

ÍNDICE DE FIGURAS.....	10
ÍNDICE DE QUADROS.....	11
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	12
INTRODUÇÃO.....	13
1. OBJETIVOS.....	16
1.1. Objetivo Geral.....	16
1.2. Objetivos Específicos.....	17
1.3 TEMA.....	17
1.4 APRESENTAÇÃO DO PROBLEMA.....	17
1.5 JUSTIFICATIVA.....	18
1.6 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO.....	21
2. CAPÍTULO II-REFERENCIAL TEÓRICO - EMPREENDEDORISMO: DEFINIÇÃO	222
2.1. EMPREENDEDORISMO: OS CAMINHOS DO EMPREENDEDOR NO EMPREENDER	24
2.2. EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO: UM BREVE CONCEITO	33
2.3 EMPREENDEDORISMO SOCIAL	35
2.4 TAXA DE EMPREENDEDORISMO NO BRASIL SEGUNDO O PROGRAMA GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR	37
2.5 EDUCAÇÃO/FORMAÇÃO EMPREENDEDORA.....	40
2.6 CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DA JUNIOR ACHIEVEMENT	45
2.6.1 O INÍCIO	45
2.6.2 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS PELA JUNIOR ACHIEVEMENT	47
2.6.3 ATIVIDADES QUE CONTINUAM A IMPULSIONAR O EMPREENDEDORISMO	511
2.6.4 O NEXA- Núcleo de Ex-Achievers	51
2.6.5 FIE- Fórum Internacional de Empreendedores.....	522
2.6.6 PDCN- Programa de Desenvolvimento e Capacitação do NEXA	52
2.6.7 Changing Lives	52
2.6.8 CSN- Concurso Sustentabilidade NEXA	533
2.6.9 FINDINEXA.....	53
2.6.10 SGE- Semana Global do Empreendedorismo	53
2.6.11- Encontro Nacional de Gestores.....	54
2.7 Dados Referentes às Atividades Desenvolvidas	544
2.8 O Empreendedorismo no Pará segundo a Junior Achievement	56
CAPÍTULO III- METODOLOGIA	59
3.1 MÉTODO DE PESQUISA	59

3.2 ESTRATÉGIA DA PESQUISA	60
3.3 LOCAL E POPULAÇÃO.....	61
3.4 FONTES DE INFORMAÇÃO	62
3.5 COLETA DE DADOS	64
3.6 APRESENTAÇÃO DOS DADOS	64
CAPÍTULO IV- RESULTADOS DA PESQUISA	655
4.1 Caracterização dos ex-achievers participantes	65
4.2 Reflexo da JA para os participantes dos cursos	76
4.3 Análise das tabelas.....	77
CONCLUSÃO	79
BIBLIOGRAFIA.....	83

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Entendendo o processo na JA	48
Figura 2 - dados gerais de programas, alunos, escolas e voluntários no Brasil.	54
Figura 3 - dados numéricos de alunos e escolas beneficiados e voluntários participantes...	56

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Necessidades motivacionais para empreender	24
Quadro 2 - atividades desenvolvidas no ensino fundamental.....	48
Quadro 3 - atividades desenvolvidas por aula no ensino médio.....	50
Quadro 4 - Após participar da Mini empresa	76
Quadro 5 - Participação na Mini empresa desenvolveu as seguintes competências	76
Quadro 6 - Percepção de impacto	76
Quadro 7 - O programa mini empresa, segundo os ex achievers.....	77

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Idade	65
Gráfico 2 - Gênero	66
Gráfico 3 - Renda	68
Gráfico 4 - Tipo de escola que cursou e tipo de instituição do último grau de escolaridade .	69
Gráfico 5 - Caracterização dos ex-achievers participantes.....	70
Gráfico 6 - Vida profissional	72
Gráfico 7 - Está trabalhando no momento?	73
Gráfico 8 - Vínculo empregatício*	73
Gráfico 9 - Trabalho voluntário.....	74
Gráfico 10 - Já realizou trabalho voluntário na Junior Achievement Pará?	75

INTRODUÇÃO

A sociedade atual tem vivenciado diversos avanços em quase todos os setores. O conhecimento, a informação e as tecnologias têm crescido significativamente que talvez não exista mais a possibilidade de se querer melhorias e mudanças se as pessoas se acomodarem diante da infinidade de saberes disponíveis. Ao mesmo tempo vivencia-se um cenário de crise econômica que abalou o mercado nacional brasileiro, tendo como consequência elevados índices de desemprego ainda no primeiro trimestre de 2016 segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) chegando à alta de 10,9%, de acordo com o exposto no Jornal Folha de São Paulo.

O mundo tem passado por várias transformações em curtos períodos, principalmente no século XX, quando foi criada a maioria das invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas. Geralmente, essas invenções são fruto de inovação, de algo inédito ou de uma visão de como utilizar elementos já existentes, mas para os quais ninguém antes ousou olhar de outra maneira. Por trás dessas invenções, existem pessoas ou equipes com características especiais, visionárias, que questionam, arriscam, querem algo diferente, fazem acontecer e empreendem (DORNELAS, 2016, p. 8).

Observa-se que o mundo está diante de uma era de mudanças significativas que interfere na relação humana com o meio a partir das inovações criadas ou surgidas de algo já existente, (nesse caso considera-se a matéria-prima), porém, que antes não fora analisado com um critério inovador de um empreendedor visando à melhoria da qualidade de vida, geração de emprego e renda e desenvolvimento econômico que já se tem no dia de hoje. Essas criações não surgem do nada. Para existirem elas precisam de pessoas com “capacidades diferentes”, com coragem para fazer acontecer e empreender naquilo que acreditam ser essencial. E, é desse empreendedor que atear-se-á o foco deste trabalho.

Buscando dissertar a respeito do desenvolvimento do comportamento empreendedor no seio de uma sociedade extremamente exigente, inovadora, onde o profissionalismo, implementação do conhecimento, responsabilidade, criatividade, coragem de inovar, estrutura econômica em crise, visão de negócios e resultados a curto, longo e médio prazo fazem a diferença, é importante que se conheça e compreenda não somente o processo como aquele que o faz. Nesse caso, o empreendedor, assim chamado e denominado no século XXI.

Quando se busca na literatura algo a respeito do empreender, observa-se que esse processo vai para além da criação de algo definitivamente novo. Este perpassa inicialmente por olhos visionários que identificam o que para muitos pode não ser identificável. Após

identificar a oportunidade, irão surgir as ideias que podem ser transformadas em negócios lucrativos. É interessante que o empreendedor, nesse sentido, não é somente aquele que cria o novo produto, mas também aquele que diferencia o processo da concorrência de forma que seja mais atrativo e que de alguma forma terá um quesito a mais que os demais competidores do mercado.

Quem não gostaria de criar algo impactante, que viesse trazer benefícios para a sociedade em várias áreas como saúde, educação, tecnologia, enfim? Ou ainda, de que maneira ajudar no desenvolvimento e crescimento econômico social de uma nação quando se percebe diante de uma crise econômica que afeta diversos setores ocasionando a perda de muitos postos de trabalho?

Situações como essas é relevante de se refletir a respeito dos novos parâmetros profissionais dessa era. E, ainda remete-se a uma busca para compreender como contornar a crise e trabalhar para construir uma nação auto-suficiente economicamente e continuar a gerar crescimento econômico independente do momento que o país se encontra, mesmo que o atual cenário não só economicamente como politicamente aponte para momentos de incertezas.

“O crescimento econômico sustentável é consequência do grau de empreendedorismo de uma comunidade. As condições ambientais favoráveis ao desenvolvimento precisam de empreendedores que as aproveitem e que, através de sua liderança, capacidade e seu perfil, disparem e coordenem o processo de desenvolvimento, cujas raízes estão, sobretudo em valores culturais, na forma de ver o mundo. O empreendedor cria e aloca valores para indivíduos e para a sociedade, ou seja, é responsável pela inovação tecnológica e crescimento econômico”. (DOLABELA, p. 24, 25)

Partindo do princípio, que o autor Dolabela associa o crescimento econômico sustentável e a inovação ao empreendedorismo, entende-se que esse saber tem muito a contribuir com a sociedade no sentido de promover o desenvolvimento que tanto precisa para se tornar cada vez mais auto-suficiente. E, o empreendedor enquanto pessoa que está por traz desse processo de criar, inovar e transformar, é o responsável por esse avanço.

Quanto à literatura analisada que retrata o vasto campo do empreendedorismo, notara-se que não existe um consenso em relação a sua definição, e o tema em si aborda conhecimentos de diversas áreas, tornando-se mais complexo sua compreensão. No decorrer das entrelinhas onde se buscou entender um pouco mais a respeito do mesmo, percebeu-se a intensa relação que diversos autores fazem concernentes ao desenvolvimento e crescimento econômico de uma sociedade por meio da inovação trazida pelo empreendedor.

Entende-se, dessa forma, o empreender como um processo infinito e que pode ser desenvolvido por pessoas de diferentes idades: uma criança, um adolescente, um jovem, adulto ou idoso. Desde que a pessoa consiga identificar a oportunidade, formular a ideia e implementá-la criando algo que realmente seja inovador a ponto de ser aceito pela sociedade como produto ou serviço que venha gerar lucro. Nesse caso, houve empreendimento.

O empreendedorismo envolve reconhecer a oportunidade para criar algo novo – e isso não precisa ser um novo produto ou serviço. Muito pelo contrário, pode se tratar de reconhecer uma oportunidade para desenvolver um novo mercado, usar uma nova matéria-prima ou desenvolver um novo meio de produção, para mencionar apenas algumas possibilidades. (BARON & SHANE, 2015, p. 7)

É interessante que esse novo criado no empreendedorismo não está relacionado somente ao produto ou serviço que deve ser aceito e atribuído valor pela sociedade, mas também a identificação de oportunidade para um novo mercado ou um novo meio de produção. Observa-se assim que, empreender vai para além do que se pode imaginar se for levado em consideração os diferentes ramos ou áreas de conhecimentos que o empreendedorismo pode atuar.

Buscando compreender melhor a relevância de se desenvolver o comportamento empreendedor em adolescentes e como este pode influenciar o desenvolvimento e crescimento econômico de uma nação, considerar-se-á nessas entrelinhas a formação empreendedora como processo que ajuda e alavanca o desenvolvimento do comportamento empreendedor que terá como consequência a criação de algo diferenciado, que consequentemente também trará benefícios para a sociedade: seja na geração de renda, emprego ou atendimento de uma necessidade.

Nesse processo de empreender, criar, inovar, gerar emprego e renda, deve-se levar em consideração também o fator social que compreende o empreendedorismo. Não são somente desenvolvimento e crescimento econômico. Este por sua vez também desenvolve uma função social buscando o desenvolvimento e o bem estar da coletividade. O empreendedorismo social não está voltado basicamente para a geração de lucro: este catalisa as necessidades da coletividade e atua de modo inovador como meio que visa a resolução de problemas que afligem uma sociedade e os soluciona em prol de um bem comum a todos.

Por mais que o empreendedorismo social não esteja voltado para a geração de lucro, isso não quer dizer que não se pode empreender socialmente sem ganhar lucro algum, pelo contrário. Isso pode, porém o legado maior será o bem da coletividade. E, por mais que haja

lucro nesse tipo de empreendimento, o mesmo não é tido como fator primordial, mas uma forma de se ganhar e ao mesmo tempo retornar para a sociedade algo que lhe é necessário por meio de um empreendimento eficaz na solução de problemas e desenvolvimento para o meio.

Partindo da compreensão de crescimento econômico e a função social desenvolvida pelo empreendedorismo, acredita-se que uma nação educada, formada e capacitada dentro de parâmetros de conhecimento empreendedor esteja melhor preparada para as adversidades do mercado e do mundo globalizado atendendo e atuando nas necessidades da população, atribuindo valores a produtos e serviços que facilitem a vida dos cidadãos, gerando emprego, renda e consequentemente contribuindo para a estabilidade da economia nacional.

A globalização caracteriza-se, portanto, pela expansão dos fluxos de informações – que atingem todos os países, afetando empresas, indivíduos e movimentos sociais –, pela aceleração das transações econômicas – envolvendo mercadorias, capitais e aplicações financeiras que ultrapassam as fronteiras nacionais – e pela crescente difusão de valores políticos e morais em escala universal. (BARBOSA, 2015, 12;13)

Sabe-se que o processo de globalização diminuiu a muito a distância entre os países, seja no mercado competitivo, na facilidade de adesão de um produto ou até mesmo na oportunidade de se aventurar em novos horizontes. Pensa-se que as características desta marcam por facilitar a circulação comercial e de informação capazes de percorrer o mundo sem ao menos sair para ou conhecer verdadeiramente este.

Embora, se vivencie um período de crise financeira, não se pode deixar de falar de um fator que faz diferença no meio econômico: o processo de inovação. Pode-se considerar que ela é um dos pilares que alicerça a circulação de capital nacional e internacional através da criatividade agregada ao novo.

E, relacionando alguns aspectos como inovação, globalização e criatividade ao ser humano que busca diferencial, agrega valores a sua criação seja como produto, serviço, mercado ou que busca melhorias para a coletividade, está o empreendedorismo como conhecimento que se destaca em meio a realidade financeira por contribuir para o desenvolvimento e crescimento econômico de uma nação e social por meio de um trabalho coletivo que visa o bem comum a todos.

1. OBJETIVOS

1.1. Objetivo Geral

Avaliar o desenvolvimento da formação de Jovens Empreendedores no Programa Júnior Achievement (JA) no Estado do Pará.

1.2. Objetivos Específicos

- Analisar como o Programa JA Pará vem trabalhando o desenvolvimento do comportamento empreendedor dos adolescentes que atende;
- Verificar se realmente há mudança de atitude, comportamento e visão empreendedora de mundo a partir do que aprendem;
- Analisar os projetos desenvolvidos pela JA e de que forma estes contribuem para o desenvolvimento do comportamento empreendedor.

1.3 TEMA

Desenvolvendo o Comportamento Empreendedor na Adolescência: um estudo de caso com base no Programa *Junior Achievement* em Belém-Pará.

1.4 APRESENTAÇÃO DO PROBLEMA

Vivencia-se no Brasil um período de forte crise econômica e ao mesmo tempo política que tem levado milhares de pessoas as ruas numa onda de protestos e revoltas que tem dividido opiniões e preocupado a população quanto à relação do futuro da nação. O índice de desemprego elevou-se de 6,8% em 2014 para 8,5% em 2015 chegando em 10,9% no primeiro trimestre de 2016, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, e publicado no g1.globo.com, sendo a maior taxa desde 2012, o que tem deixado a povo brasileiro apreensivo quanto as perspectivas de melhorias.

Nesse sentido, o empreendedorismo que segundo alguns autores como Dornelas (2016), Dolabela (2008) e outros influencia diretamente o desenvolvimento e crescimento econômico da sociedade gerando emprego e renda, pode-se considerar como aspecto importante que ajuda no crescimento econômico do país como um todo. Porém, é preciso compreender o que é o empreendedorismo, quem são as pessoas que empreendem e de que maneira pode-se contribuir para que cada vez mais pessoas busquem esse conhecimento diferenciado que deixa consequências positivas para o mercado.

Segundo o PNDU (ONU), “o pequeno empreendedor é um elemento tão importante do setor privado quanto uma corporação multinacional”. Na sua

pesquisa, o GEM – *Global Entrepreneurship Monitor* conclui que a “a criação de empresas é o instrumento mais eficaz para a geração de empregos, o crescimento econômico, o desenvolvimento social e, conseqüentemente, para combater a pobreza em uma sociedade”. (DOLABELA, 2008, p.25)

Conclui-se, dessa forma, que não importa a grandeza de um empreendimento, pois sua relevância para a sociedade independe de seu crescimento exorbitante ou não. Entende-se que se de alguma forma está contribuindo para o crescimento econômico e geração de emprego, já está contribuindo para o desenvolvimento social. Ressalta-se que segundo os relatos do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), a criação de empresas é fator inerente nesse processo. Porém, não se aterá o foco neste último. Mas, se voltará para o empreendedorismo como instrumento ou mecanismo que interfere na realidade econômica do país.

Diante do mundo globalizado, dos novos contornos sociais e de uma economia desestabilizada face o momento que a nação brasileira enfrenta, busca-se compreender de que maneira se pode interferir nessa realidade preocupante para o povo. Assim, sendo, acredita-se que quanto mais cedo se desenvolver e investir na formação empreendedora seja de crianças, adolescentes e jovens, o país terá pessoas mais preparadas para atuar no mercado de trabalho.

Como a *Junior Achievement* é uma organização sem fins lucrativos e que desenvolve suas atividades preparando através da formação empreendedora crianças, adolescentes e jovens para serem futuros empreendedores, buscou-se conhecer mais a fundo essa organização que vem ao longo dos anos contribuindo na formação de empreendedores que retornarão a sociedade também com sua parcela de contribuição, seja formando novos empreendedores ou como donos de negócios inovadores que influenciarão no desenvolvimento econômico e gerarão novos postos de trabalho.

Dessa forma, buscando compreender o papel do empreendedor no desenvolvimento do país, o que é o Programa *Junior Achievement* Pará e quais os impactos que o desenvolvimento do comportamento empreendedor causa na forma de pensar, atuar e analisar o mundo dos adolescentes?

Questionamentos como esses quando alcançado resposta, ajudam a compreender o cenário social econômico, crítico e cultural e realidade de nossa sociedade. Partindo dessa compreensão, acredita-se ser possível fazer algo para que se possa mudar a realidade do povo. A resposta para essa pergunta virá no decorrer da pesquisa.

1.5 JUSTIFICATIVA

Integramos uma sociedade chamada por Alarcão (2011) de “sociedade da informação, do conhecimento e da aprendizagem” e que está em constante evolução exigindo de seus membros o acompanhamento desses novos rumos trazidos pelo século XX e que iniciaram o século XXI com inovações surpreendentes. Mas, diante do exposto é importante frisarmos que em séculos anteriores a estrutura do pensamento crítico reflexivo inerente ao desenvolvimento econômico social e cultural da sociedade não tinha como metodologia tal visão.

É importante salientarmos que desde os primórdios da humanidade aos dias atuais o pensamento humano passou por inúmeras evoluções relacionando-se sempre a época, momento histórico e social chegando até a denominação citada por Alarcão, (2011, P. 17) entrelaçando informação, conhecimento e aprendizagem, reconhecendo que não existe conhecimento sem aprendizagem, como também, a informação é condição necessária para o conhecimento, porém, não suficiente.

Diante do exposto Alarcão (2011, p.17) diz que “o conhecimento tornou-se e tem de ser um bem comum. A aprendizagem ao longo da vida, um direito e uma necessidade”. Entende-se dessa forma que o conhecimento em qualquer área que se pretende desenvolver determinada atividade é uma condição necessária para o bom desempenho de tal.

Partindo do princípio onde Alarcão (2011, p. 41) diz que a escola reflexiva é local onde se produz conhecimento sobre educação e que a escola enquanto setor da sociedade é por ela influenciada (p. 25), entende-se que esta deve estar preparada para a promoção da produção de conhecimento que de maneira direta ou indireta influenciará a realidade do aluno. E já que neste trabalho vamos falar de empreendedorismo, porque não nos aprofundarmos um pouco e conhecermos mais sobre a educação empreendedora.

“O mundo tem passado por várias transformações em curtos períodos de tempo, principalmente no século XX, quando foi criada a maioria das invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas” (Dornelas 2016, P. 8). Observa-se que a revolução tecnológica é uma dessas invenções que possibilitou o desenvolvimento econômico por meio de novas formas de organização e comercialização de produtos e serviços diminuindo significativamente a distância geográfica entre os países.

Nesse sentido, Dolabela (2008, p. 25) refere-se ao empreendedor como aquele que atribui valores para os indivíduos e para a sociedade e o caracteriza como inovador atribuindo a ele o ser responsável pela inovação tecnológica e crescimento econômico. Desta forma compreende-se o empreendedor como pessoa importante no processo de desenvolvimento do país.

A sociedade atual a cada dia torna-se mais competitiva e exigente em quase todos os seus setores requerendo do profissional não apenas o bom desenvolvimento em seu trabalho, mas, a excelência na realização do que faz. “O mercado de trabalho exige cada vez mais competências e aprimoramento constante” (Mirshawka, 2004, p. 187). Buscar, criar, refletir, propor mecanismos interventivos na realização de um trabalho para o alcance da qualidade deste, é notório não ser apenas uma responsabilidade, mas uma necessidade que se faz presente exigindo o máximo de esforço de quem o realiza.

Atualmente está se vivenciando uma forte crise econômica e política em nosso país. O afastamento de um governo eleito pelo povo e a presença de um interino tem causado momentos de revolta da população que ocupa as ruas pedindo uma série de mudanças. Nesse sentido, entende-se essas reivindicações como resultado de conhecimento crítico-reflexivo que proporciona ao cidadão questionar.

Partindo desse pressuposto, Alarcão (2011) considera a informação como condição para o conhecimento, uma vez que ateremos neste trabalho nosso foco para o desenvolvimento do comportamento empreendedor, vê-se nesse sentido a formação/educação empreendedora como mecanismo inerente a mudanças significativas na economia e consequentemente social do Brasil, pois como diz Mirshawka (2004, p. 73) “é vital despertar o empreendedorismo desde a série inicial”.

Tratando-se de formação, segundo Moraes; Favero e Pinto (2014, p. 72) “a formação empreendedora desenvolve o indivíduo, e o considera em todas as suas fases, convivências, experiências adquiridas e/ou participação em capacitações, melhorando assim, a atuação destes empreendedores nas organizações”. Isto é, não se desconsidera nesse processo o conhecimento adquirido nos diversos momentos propícios a aprendizagem, sejam eles de experiências ou sistematizados por meio das capacitações.

A Educação Empreendedora abre um conjunto de opções, oportunidades e possibilidades de aprendizado ao aluno que vai além dos conceitos puramente técnicos, proporcionando a eles um caminho novo, pautado em descobertas em direção ao desenvolvimento e ao crescimento profissional, com intuito de provocar uma mudança de comportamento. (LOPES, 2014, p. 39)

Conforme visto, a educação empreendedora propicia um aprendizado diferenciado ao aluno, que foge à regra do que se aprende normalmente em sala de aula. Esse novo conhecimento influenciará o desenvolvimento e crescimento profissional e é desenvolvido com um objetivo específico voltado a mudança de comportamento que consequentemente implicitamente na fala conduzirá ao sucesso.

Face tudo o que já fora colocado, justifica-se a escolha do tema “Desenvolvendo o Comportamento Empreendedor na Adolescência: Um Estudo de Caso com base no Programa *Júnior Achievement* de Belém-Pa”, por se compreender que quando mais cedo o ser humano buscar uma preparação e qualificação para o atendimento e compreensão das necessidades do mercado de trabalho, mais haverá possibilidade de crescimento não somente para as Grandes, Micros e Pequenas Empresas, como profissional e pessoal e para a própria nação por meio da geração de novos empregos, novas oportunidades, capital circulando no país e investimentos que podem ser feitos em benefício do povo.

1.6 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Este trabalho está estruturado em 5 (cinco) capítulos. No primeiro a introdução conta com uma abordagem geral a respeito do conteúdo exposto nas entrelinhas, descreve os objetivos geral e específicos, apresenta-se o tema, a problemática levantada e justifica-se os motivos que levaram a querer pesquisar tal. O segundo capítulo faz uma abordagem profunda a respeito do empreendedorismo, empreender e o empreendedor. Nessa abordagem não leva-se em consideração a história do mesmo, quem são os autores de destaque e porque se destacaram, mas o processo em si. Explanou-se ainda da peça chave da pesquisa que foi a organização Junior achievement, quem a criou e a quantidade de países que o mesmo abrange, seu objetivo, visão, missão e principalmente os programas (cursos) desenvolvidos nas escolas de Belém que de maneira direta e/ou indireta contribuem para a formação empreendedora de adolescentes de todo o Estado do Pará.

No terceiro capítulo apresentou-se a metodologia de pesquisa, instrumentos utilizados para coleta de dados, a natureza da pesquisa como forma de melhor delinear os caminhos percorridos. E, por último, no quarto capítulo, os resultados da pesquisa apresentados em tabelas e gráficos que foram analisados cautelosamente levando em consideração os aspectos positivos e negativos do processo.

As orientações para referências e citações aqui fornecidas estão de acordo com as Normas da APA e da Faculdade Lusófona de Humanidades e Tecnologias através do Despacho de nº 30/2014, aplicáveis a dissertações, trabalhos de projeto e relatórios de estágio e doutorado.

CAPÍTULO II- REFERENCIAL TEÓRICO - EMPREENDEDORISMO: DEFINIÇÃO

Falar-se-á nessas entrelinhas a respeito do empreendedorismo, não como área de conhecimento, mas como conhecimento válido e que muito contribui segundo vários autores citados para o desenvolvimento e crescimento econômico de uma sociedade. Entende-se que compreender a relevância desse saber e implementá-lo poderá de alguma forma ajudar nosso país a construir uma economia consolidada e diminuir os altos índices de desemprego que ultimamente vem afetando nossa nação.

De acordo com Souza (2012), não existe uma única definição para o termo empreendedorismo, e para melhor compreendê-lo, o referido buscou a etimologia dessa expressão que vem crescendo gradativamente. Souza salienta que o termo “empreender” vem do latim *imprehendere*, que quer dizer prender nas mãos, assumir, fazer. Desta origina-se o termo empreendedor, cujo sufixo “or” relaciona-se a pessoa que desenvolve certa atividade e na sociedade capitalista é aquele empresário que cria, cheio de atitude, que se dispõe a correr os riscos necessários para iniciar e efetivar uma atividade produtiva. Já o sufixo “ismo” do termo empreendedorismo, volta-se a uma doutrina, escola ou teoria, isto é, “princípio, doutrina ou teoria característica da ação de pessoas que possuem iniciativa de começar algo potencialmente arriscado” (SOUZA, 2012, p. 02)

Conforme Baggio e Baggio (2014, p. 25) o termo “empreender” surgiu na língua portuguesa no século XV, vindo do latim *imprehendere*. Quanto a expressão “empreendedor”, se diz que segundo o dicionário Etimológico Nova Fronteira, surgiu no século XVI na língua portuguesa. Para tanto, o termo “empreendedorismo” surgiu da junção entre a palavra francesa *entrepreneur* e acrescida do sufixo *ship*, que pode indicar posição, grau, relação, estado ou qualidade. Para Barreto (1998, *apud* Baggio e Baggio, 2014, p. 25), pode também significar habilidade ou perícia ou até a combinação de todos esses significados como na palavra *leadership* (liderança=perícia ou habilidade de liderar).

Partindo de uma breve compreensão os termos empreender, empreendedor e empreendedorismo, segundo Boava e Macêdo (2009) *apud* Pereira; Oliveira; Valadares & Emmendofer (2016, p. 05), vem do francês *entrepreneur*, vindo do latim, e segundo os últimos, o termo fora associado ao contexto dos negócios por Richard Cantillon (1755): ser humano extraordinário que se destacava por sua capacidade de analisar e julgar situações de cunho lucrativos. (Thorton, 2006, *apud* Pereira et al., 2016), e Jean Baptiste Say, que no decorrer de sua vida desenvolveu inúmeras funções, dentre elas a academia, que por fim dedicou-se com exclusividade (Hart, 2001 *apud* Pereira et al. 2016, p.05).

Conforme Hisrick e Peters (2004), *apud* Bastos (2012, p. 19) “a expressão empreendedorismo vem do termo francês “*entrepreneur*” e significa “aquele que está entre”,

que significa qualquer coisa como estar no mercado entre o fornecedor e o consumidor”. O autor ainda salienta que a definição do termo passou por inúmeras dimensões perpassando por diversos significados ao longo dos anos que variam de acordo a área em questão.

Segundo Dornelas (2016, p. 20), a palavra empreendedor” (*entrepreneur*) é de origem francesa e relaciona-se a pessoa que assume riscos e começa algo novo, (dá-se a entender que pode ser um negócio novo, um produto ou um serviço) que seja viável. Dornelas (2016) enfatiza que o termo empreendedor na Idade Média foi empregado a pessoa que gerenciava os grandes projetos de produção. Nesse sentido, o empreendedor desse período não assumia os riscos que se assume hoje. Ele gerenciava os projetos utilizando apenas os recursos que tinha a seu dispor, e foi no século, XVII que a relação entre empreendedorismo e assumir riscos deu seus primeiros passos.

No período o ser humano chamado hoje de empreendedor realizara um acordo contratual com o governo para a realização de algum tipo de serviço ou para o fornecimento de algum tipo de produto. Nesse caso o empreendedor assumia grandes riscos, pois se houvesse alteração de preço dos produtos no mercado, da mesma forma que poderia ter lucros poderia ter prejuízos uma vez que os preços já eram estabelecidos no contrato.

De acordo com Dornelas (2016), o termo empreendedor possui inúmeras definições, porém, uma das mais antigas é a de Joseph Schumpeter. A definição de Schumpeter citado por Dornelas diz o seguinte: “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”. (Dornelas, 2016, p. 29)

Entende-se, nesse sentido que o empreendedor é a pessoa que catalisa as possibilidades de criar produtos e serviços diferenciados a partir também de novos recursos, novas maneiras de se preparar e atender a necessidade do meio. E, quando se fala em “destruir a ordem econômica existente” compreende-se este como o resultado de sua criação que poderá alterar o perfil econômico de forma positiva através da aceitação do que está sendo ofertado.

Dolabela (2008) também ressalta que existem muitas definições para o termo, e isso se deve a gama de conhecimentos construídos por estudiosos de áreas diferentes, o que também levou a concepções diversas. Conforme Fillion (1999a), *apud* Dolabela (2008, p. 65), Jean Baptiste Say pode ser considerado como o pai do empreendedorismo, mas o tema alcança destaque com Schumpeter quando associa o empreendedor definindo-o como inovador, e vai mais além o considerando como capaz de acelerar e explicar o desenvolvimento econômico.

Observa-se que em ambos a concepção de Schumpeter é relevante. Para Dornelas é a definição dele que mais reflete o espírito empreendedor. Para Filion citado por Dolabela o tema é colocado em destaque por associar o empreendedor a inovação.

Dornelas vai mais adiante embasando-se nos conhecimentos de Schumpeter onde este diz que o empreendedor pode inovar em um negócio que já existe, isto é, o empreendedor não é somente aquele que cria um novo negócio, mas também aquele que modifica o que já existe traçando novos contornos que fazem diferença e consequentemente geram resultados positivos.

Segundo Pereira et al., (2016, p. 06) “o empreendedorismo pode ser compreendido de diversas maneiras por abranger diferentes áreas de conhecimento, podendo até ser considerado como fenômeno social por trazer consigo implicações psicológicas, sociais, culturais ou econômicas”. É interessante que estes autores ressaltam a existência de ações empreendedoras desde o homem primitivo, na medida em que a necessidade da sobrevivência o conduzia a criação de instrumentos que facilitaria caçar os animais que serviriam para se alimentar.

2.1. EMPREENDEDORISMO: OS CAMINHOS DO EMPREENDEDOR NO EMPREENDER

Citado por Pereira et al., (2016, p. 06), Filion destaca duas vertentes no empreendedorismo: a econômica, pautada em pensadores como Joseph Schumpeter (1997), onde busca-se a identificação da função do empreendedor e o caracterizando como inovador. E a comportamental, pautada em pensadores como McClelland (1972), cujo objetivo é compreender a pessoa do empreendedor (essência), assim também como suas características, hábitos e atitudes.

Conforme McClelland (1972) *apud* Pereira et al., (2016, p. 07), “o ser humano pode ser motivado a empreender partindo de três necessidades. 1ª: necessidade de realização pessoal; 2ª: necessidade de planejamento; 3ª: necessidade de poder. Partindo do que foi apresentado, observe o quadro que representa detalhadamente cada uma dessas necessidades.

Quadro 1 - Necessidades motivacionais para empreender

CATEGORIA A: REALIZAÇÃO
CCE A1: Busca de oportunidades e iniciativa Faz as coisas antes de solicitado, ou antes de ser forçado pelas circunstâncias; Age para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços; Aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio,

obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.
CCE A2: Correr riscos calculados Avalia a alternativa e calcula riscos deliberadamente; Age para reduzir os riscos ou controlar os resultados; Coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.
CCE A3: Persistência Age diante de um obstáculo significativo; Age repetidamente ou muda de estratégia, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo; Faz um sacrifício pessoal ou desenvolve um esforço extraordinário para completar uma tarefa.
CCE A4: Exigência de qualidade e eficiência Encontra maneiras de fazer as coisas da melhor forma, mais rápido ou mais barato; Age de maneira a fazer coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência; Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente combinados.
CCE A5: Comprometimento Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário ao atingimento de metas e objetivos; colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho; esmera-se em manter os clientes satisfeitos e coloca em primeiro lugar a boa vontade em longo prazo, acima do lucro em curto prazo.
CATEGORIA B: PLANEJAMENTO
CCE B1: Busca de informações - Dedicar-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes; Investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço; Consulta especialista para obter assessoria técnica ou comercial.
CCE B2: Estabelecimento de metas - Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal; define metas de longo prazo, claras e específicas; Estabelece objetivos mensuráveis e de curto prazo.
CCE B3: Planejamento e monitoramento sistemáticos - Planeja dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos; Constantemente revisa seus planos, levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais; Mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões.
CATEGORIA C: PODER
CCE C1: Persuasão e redes de contato - Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; Utiliza pessoas chave como agentes para atingir seus próprios objetivos; Age para desenvolver e manter relações comerciais.
CCE C2: Independência e autoconfiança - Busca autonomia em relação a normas e controles de outros; Mantém seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores; Expressa confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.

Fonte: Revista Regepe, 2016

Partindo da concepção de McClelland, conclui-se:

Categoria A: nota-se que o empreendedor possui diferencial quando se dispõe ao sacrifício para concluir uma tarefa almejada. Alguém que busca sair de sua zona de conforto rumo a construção e ao conhecimento de novos mecanismos que visem alcançar seus objetivos. Não espera que o mandem ou peçam, catalisa as possibilidades e necessidades

do meio. Antecipa a resposta, vai à busca dos recursos, prioriza a melhor forma de realizar e satisfazer o interessado, prima pela qualidade, enfim, é comprometido e junto aos empregados é um colaborador.

Categoria B: mantém informado, investiga a concorrência, aprende o processo de fabricação do produto e como se fornece um serviço que venha satisfazer as necessidades do cliente, orienta-se, coloca-se em situações de desafios, define metas de fácil compreensão e que possam ser alcançadas a curto e longo prazo, registra e trabalha com os resultados obtidos para melhorar o negócio além de suas decisões serem pautadas em registros e resultados do trabalho realizado.

Categoria C: Busca mecanismos que mostrem a relevância de seu trabalho e tenha poder de persuadir e influenciar terceiros. Busca as pessoas certas para que consiga alcançar seus objetivos, de opinião firme, busca independência, é confiante em sua capacidade de concluir uma tarefa mesmo diante das adversidades, enfim, o empreendedor se destaca por uma série de características que o fazem literalmente diferente.

No empreendedorismo, a busca pela realização pessoal e profissional é constante, sendo que as ideias executadas proporcionam a inovação e o desenvolvimento de uma postura crítica, sem o conformismo com a situação. Significa ter disposição para sair da zona de conforto e promover novos desafios profissionais. (MORAES; FAVERO & PINTO, 2014, 73).

Mais uma vez se confirma o diferencial empreendedor de uma pessoa. Todos a sua volta podem desacreditar, mas ele confia em si e em sua capacidade de conseguir. O empreendedor não é entretido com a realidade que o cerca, vai à busca de seus ideais, é um inovador, disposto a novos desafios que o impulsionem a melhorar.

Como já foi referido, um empreendedor é corajoso, arrisca, cria e inova, é persistente e proativo mobiliza, ousa, é um visionário, por isso, não se pode deter perante a calma que a experiência lhe possa transmitir. Para além disso, a acelerada mudança social verificada, hoje em dia, evita que a “calma” possa ser alcançada. O empreendedor tem de ser um estrategista, que planeia, age, avalia, corrige, voltando novamente a planejar, a agir, a avaliar e a corrigir. É um ator que está constantemente em ação. (TEIXEIRA, 2012, p. 28).

Como se pode concluir são muitas as características atribuídas ao perfil do empreendedor: ser humano ativo, estrategista, que avalia (pode ser nesse sentido o meio onde está inserido, a concorrência, a viabilidade de sua criação, as possibilidades e probabilidades de um possível resultado negativo, planeja ações, toma posse de decisões

que viabilizem possíveis processos, enfim), disposto a sair de sua zona de conforto para começar algo e recomeçar se necessário.

Corroborar com esta ideia Inácio Jr; Gomes e Caetano Jr., (2001) ao dizer que existem diferentes áreas que dão sua parcela de contribuição para o empreendedorismo, porém, são duas as correntes que dispõem de elementos comuns a maioria delas: a econômica, que tem como principais pensadores Cantillon, Jean baptiste Say e posteriormente Joseph Schumpeter, onde juntos associaram o empreendedor a inovação. A comportamentalista que tem como autor principal David C McClelland que destaca aspectos como a atitude, criatividade e a intuição.

Conforme Gerber (2004) como citado por Costa e Furtado (2016, p. 26) “pode-se verificar no empreendedor características como a capaz de criar novos mecanismos e inovar, detentor da criatividade, transformando possibilidades em probabilidade.

Para Scott e Bruce (1987) apud Costa & Furtado (2016, p.26) “o empreendedor é a pessoa cujo destino da empresa em que atua está em suas mãos por meio de suas decisões”, ou seja, entende-se que uma decisão acertada fará com que a empresa prospere, do contrário, a empresa sofrerá as consequências.

Embora em poucas palavras, já deu para perceber que o empreendedor é definido como detentor de características específicas e diferentes das pessoas comuns. Alguém que não se contenta com o pensar que “pode dar certo”, mas que transforma a ideia em possibilidade de sucesso. Ser humano inovador, que não se permite a mesmice e busca sempre métodos que sejam inerentes, capazes e satisfatórios.

Segundo Moraes et al., “o empreendedor com todas as suas características desempenha importante função que é de ser a pessoa que impulsiona o crescimento e desenvolvimento econômico de onde atua podendo até influenciar o mundo com suas inovações. É ativo no cenário econômico buscando intensamente realizações.” (Moraes et al., 2014, p. 73)

Ainda conforme Moraes et al., “não existe um padrão específico de características que defina o empreendedor, da mesma forma, não há somente um único tipo de empreendedor.” (Moraes et al., 2014, p. 74). Ressalta-se ainda que o empreendedor tenha a capacidade de enxergar o risco naquilo que irá realizar de maneira diferente. Ele analisa o que pode perder, mas principalmente o que pode ganhar, e o fator relacionado a correr riscos são determinantes no perfil do empreendedor.

Nota-se que o empreendedor é visto como aquele que cria novas oportunidades nos negócios e também novos negócios. Numa análise mais detalhada a respeito, a inovação trazida pelo empreendedor quando este analisa o meio em que atua pode alterar uma realidade ou situação econômica a partir do que passará a ofertar para seus clientes.

Ser empreendedor não é somente uma questão de acúmulo de conhecimento, mas a introjeção de valores, atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo e de si mesmo voltado para atividades em que o risco, a capacidade de inovar, perseverar e de conviver com a incerteza são elementos indispensáveis (DOLABELA, 2008, p. 60).

Pode-se perceber com Dolabela que empreender vai além do conhecimento acumulado ao longo do tempo. Empreender é também agregar valores, atitudes, posturas, diferentes visões de mundo e do próprio ser onde a consciência de correr risco, a inovação, a busca constante pela concretização de um ideal são elementos indispensáveis. Implicitamente entende-se que também são fatores que fazem parte do processo.

Um dos principais atributos do empreendedor é identificar oportunidades, agarrá-las e buscar os recursos para transformá-las em negócio lucrativo. Não é indispensável que ele possua os meios necessários à criação de sua empresa. Mais deve ser capaz de atrair tais recursos, demonstrando o valor do seu projeto e comprovando que tem condições de torná-lo realidade. (DOLABELA, 2008, p. 61)

Diante do que fora dito acima, a identificação de oportunidades e a transformação da mesma em um negócio viável são características marcantes no empreendedor. Sabe-se que empreender em um negócio cuja consequência seja a geração de lucro que direta ou indiretamente impulse o desenvolvimento econômico não é uma tarefa simples. Diante de tudo que se viu até aqui, pensa-se que não basta somente inovar em um produto ou serviço, a maneira como o mesmo será implementado é também um fator a ser levado em consideração.

Um dos pontos relevantes que Dolabela alerta é que para se criar uma empresa, não necessariamente o empreendedor deve possuir os meios para tal. Os recursos que precisa podem ser atraídos através do valor atribuído a sua criação (inovação) de forma que comprove que esta pode se tornar real e viável, ou seja, ele deve saber persuadir pessoas que o ajude na concretização de seu produto ou serviço através dos investimentos precisos.

Neste sentido, entende-se como empreendedor uma pessoa inovadora, que catalisa as possibilidades de atuar de maneira positiva por meio da criação de um negócio, modernização e inovação de outros, oferta de seus produtos e serviços para a sociedade. O empreendedor é alguém que cria e inova sempre, que tem visão de processos, não espera os fatos acontecerem, ele antecipa a resposta, está sempre preparado para as diversas situações, é flexível, dinâmico, responsável e comprometido. Tem coragem para empreender e aceita correr riscos, porém, esses são calculados e não aleatórios.

Considerando o empreendedorismo como uma atividade realizada pelo empreendedor que por sua vez tem a capacidade e coragem para inovar dentro de um determinado segmento de maneira criativa, arriscada e calculada onde o lucro e o desenvolvimento econômico estão atrelados num processo de flexibilidade sendo que a busca pelo novo é constante, entende-se que quanto mais se cria, descobre-se que o ser humano pode ir muito além e criar muito mais: inovar, fazer acontecer, ter coragem para arriscar faz toda diferença quando se tem foco, objetivo e se percorrem caminhos que induzem a tal. Sendo assim, conforme Ferraz Gomes:

“O empreendedor não é necessariamente o dono do capital (capitalista), mas um agente capaz de mobilizá-lo. Da mesma forma, o empreendedor não é necessariamente alguém que conheça as novas combinações, mas aquele que consegue identificá-las e usá-las eficientemente no processo produtivo”. (CARNEIRO, 2012, p. 25)

E, falando de oportunidade, corrobora com um pensamento filosófico semelhante Carneiro ao dizer que “o empreendedor é aquele que tem capacidade para aproveitar oportunidades, aceita desafios, aposta no sucesso e na sua realização. Deve estar bem, justificando, ter espírito aberto, saber trabalhar em equipe, gostar de formação continuada e sabe rodear-se das pessoas certas”. (CARNEIRO, 2012, p.28)

Nesse sentido, o empreendedor é aquele que consegue identificar as oportunidades e as implementa com sabedoria no processo. Trabalha em equipe, é flexível, disponível a aprendizagem e principalmente chama para perto de si as pessoas certas para o processo.

Ao analisar a obra de Baron e Shane (2015) a respeito do tema onde estes buscam uma definição para tal, e já reforçando que não existe ainda um consenso a respeito da mesma, seja como área que estuda os negócios ou ainda como atividade que há pessoas envolvidas. Os dois, então, trabalham com a definição de Shane e Venkataraman, argumentando ter considerável aceitação. A definição citada por eles diz o seguinte:

O empreendedorismo, como uma área de negócios, busca entender como surgem as oportunidades para criar algo *novo* (novos produtos ou serviços, novos mercados, novos processos de produção ou matérias-primas, novas formas de organizar as tecnologias existentes); como são *descobertas* ou criadas por *indivíduos específicos* que, a seguir, usam meios diversos para *explorar* ou *desenvolver* essas coisas novas, produzindo assim uma ampla gama de *efeitos*. (BARON & SHANE, 2015, p. 6)

Análise da definição:

Em primeiro lugar, esta fala em oportunidade. De que maneira elas surgem? Vê-se nesse sentido que a identificação das oportunidades é um dos passos para o desenvolvimento (surgimento) de um empreendedor. Se este é capaz de identificar algo novo (oportunidade, criação de um negócio, serviço ou produto) em meio às situações e momentos complexos da sociedade, este ser humano já se apresenta com um diferencial. Essa identificação de oportunidade é chamada por Baron e Shane (2015) como ações-chave, ou seja, peça relevante no processo. Agora é importante levar em consideração que não está se falando de uma oportunidade “qualquer”. Ela deve produzir efeito, lucro sustentável, deve ser geradora de novas oportunidades.

Em segundo lugar a citação retrata indivíduos específicos na identificação do novo. O que isso quer dizer? Significa que não são todas as pessoas que olham para os fatos, situações e vêem nela algo extraordinário, capaz de mudar uma determinada realidade, não encontram perspectivas de melhoras, seja a curto, médio ou longo prazo.

Não falou-se em nenhum momento que algumas pessoas não são visionárias, ou que o ser humano não pode aprender ou desenvolver o espírito empreendedor. Diz-se que as pessoas têm visões diferentes das coisas e dos fatos e enquanto umas observam minuciosamente o meio, outras deixam passar os detalhes que fazem a diferença, não por serem incapazes, mas por analisarem e buscarem processos diferentes.

É importante ressaltar que quando fala-se no novo, não está se referindo exatamente a criação de algo que ainda não existe, mas da maneira como se processará esse novo, por exemplo:

Uma determinada empresa de cosméticos teve sua lucratividade afetada pela crise nacional. Uma concorrente oferece produtos de qualidade equivalente e num preço mais acessível. O que fazer para não perder os clientes para a concorrência e continuar gerando lucros sem precisar demitir funcionários ou diminuir a qualidade de produtos e serviços ofertados.

Uma opção seria a fidelização de seus clientes oportunizando momentos de experimentação dos produtos antes da compra, troca de experiências entre clientes e a preparação dos colaboradores para o atendimento e esclarecimentos de dúvidas. Distribuição de kits em miniaturas reforçando sempre a importância do cuidado para a manutenção da beleza.

O novo criado pela empresa de cosméticos não foi um produto. Foi a forma de conhecer o mesmo, utilização e importância dos mesmos para os clientes. Embora a concorrência venda mais barato, o cliente não experimenta a textura do produto antes de comprar, não socializa e troca experiência com outros clientes, não ganha kits em miniaturas com a estratégia de que o mesmo seja apresentado a amigos e assim a empresa

alcance mais clientes e não aprende a importância dos cuidados necessários para a manutenção da beleza com quem entende do assunto, além de não ter a indicação de como comprar o produto correto.

Para Dornelas (2016, p. 29) “o termo “empreendedorismo” pode ser definido como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. A perfeita implementação dessas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”.

Assim entende-se que na visão do autor o empreendedorismo é um conjunto de processos (fatos do meio e situações) que envolve pessoas e a partir da análise do todo ou de apenas partes relevantes podem transformar ideias em oportunidades que podem posteriormente vir a ser um novo negócio se desenvolvido de forma eficaz.

Dolabela (2008) diz que o termo empreendedorismo é um neologismo da palavra *entrepreneuship* que trata do estudo referente ao empreendedor, também como suas peculiaridades gerais como perfil, origem, sistema de atividade e universo de atuação. Para Dolabela “no fim do século XVII empreender era a firme resolução de fazer qualquer coisa”. (Dolabela, 2008, p. 59) Em contrapartida Dornelas (2016), p. 20) diz que foi no século XVII que a relação entre assumir riscos e empreendedorismo começaram a dar seus primeiros sinais.

Dornelas (2016) vai mais além informando que é no século XVIII que se esclarece a diferença entre o capitalista e o empreendedor. E isto se deve ao fato de que no mundo gradativamente inicia-se o processo de industrialização. Dolabela complementa esclarecendo que no final deste mesmo século a concepção de empreendedorismo está voltada para a pessoa que cria, conduz projetos e empreendimentos.

De acordo com a Revista Científica de Ensino Superior Almeida Rodrigues (2014) o empreendedorismo recentemente teve seu significado ampliado para a visão de que é uma manifestação humana que volta-se para a realização de novos projetos organizacionais independentes ou atrelados a organizações existentes. Segundo esta, ser realizado profissionalmente e pessoalmente é uma busca incessante no empreendedorismo. As ideias colocadas em prática resultam em inovação e desenvolvimento de um ponto de vista crítico, ou seja, dota-se de conhecimento para modificar a realidade.

De acordo com a Revista, o mercado atual é propício em soluções inovadoras e, é através do empreendedorismo que se busca a oportunidade em um mundo onde criar e inovar são fatores inerentes.

“O empreendedorismo pode ser considerado um dos fatores que alavancam a produção na economia e melhoram a eficiência na alocação de recursos” (SILVA, 2012, p.

1). Confirma-se novamente essa relação entre desenvolvimento econômico por meio da introdução da inovação através do empreendedorismo.

Os economistas percebem que o empreendedor é essencial ao processo de desenvolvimento econômico, e em seus modelos estão levando em conta seus sistemas de valores da sociedade, em que são fundamentais os comportamentos individuais dos seus integrantes. Em outras palavras, não haverá desenvolvimento econômico sem que na sua base existam líderes empreendedores) BAGGIO & BAGGIO, 2014, p. 25)

É visível na fala acima que os autores relacionam diretamente o empreendedorismo ao desenvolvimento e crescimento econômico de uma sociedade. Baggio & Baggio até arriscaram-na afirmação que para haver uma sociedade desenvolvida economicamente é necessário ter em suas bases líderes (pessoas) que empreendam. E, embora a afirmação pareça muito forte, parece que tem a ver com o atual cenário vivido nos últimos anos.

De acordo com Hisrich & Peters (2004), como citado por Christo., (2011, p. 30) “o empreendedorismo tem contribuído para mudar a estrutura dos negócios e da sociedade tendo em vista que desenvolve a economia. Contudo, a inovação está intrinsecamente relacionada como um fator importante nesse processo”. Conforme Junior, apud Moraes et al., (2014, p. 76) “as novas empresas criadas por empreendedores atuam diretamente no crescimento econômico do país, porque geram renda para os novos empresários e novos postos de trabalho, ocupados por pessoas cujo consumo movimentam a economia”.

“O empreendedorismo é uma importante fonte de criação de emprego; desempenha um papel fundamental na introdução de inovações na economia e constitui-se como mecanismo que leva a economia e a própria sociedade a evoluir e a progredir; é uma opção de carreira para uma parte importante da força de trabalho; e, tem um impacto muito importante no desenvolvimento regional e no crescimento das economias”. (RIBEIRO, FERNANDES, MATOS & CABO, 2016, p. 36)

“O empreendedorismo é fundamental na construção de uma economia sustentável de qualquer país. Associado a inovação ajuda no aumento da produtividade e na criação de empregos.” (Canda, 2013, p. 41) “Os empreendedores tem uma posição essencial na economia, estimulam e desenvolvem a atividade econômica através das inovações que estabelecem nos seus negócios. São fundamentais para o desenvolvimento da economia, sejam a nível global, regional ou nacional”. (BASTOS, 2012, p. 25). Segundo Custódio; Tófoli & Nogueira (2011, p. 37), “o empreendedorismo visa a visualização de oportunidades de negócios, onde existe uma busca incessante por inovações assumindo riscos calculados com a intenção de obter renda, reconhecimento e crescimento no mercado.

Mais uma vez nota-se outros autores admitindo a relação do desenvolvimento econômico ao empreendedorismo. Embora um pouco implícito, este último é apontado como fator que impulsiona a economia, além de gerar emprego e renda. Empreender, nesse sentido, é identificar as oportunidades de se criar um negócio viável que gere lucro e seja inovador, de tal modo que se assumam os riscos necessários e calculados para a implementação da criação. Deve-se levar em consideração também que um “novo” fator surge nesse processo: a inovação como mecanismo atrelado ao empreendimento, a qual será comentada posteriormente em outras entrelinhas.

2.2. EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO: UM BREVE CONCEITO

Ao discorrer a respeito do tema empreendedorismo, observa-se que muito se fala em inovar. Identificar uma oportunidade, ter uma ideia e implementar esta de forma que o produto ou serviço seja aceito pela sociedade e setor mercadológico chama-se inovação. É desta inovação que falar-se-á nas próximas entrelinhas.

De acordo com Canda (2013, p. 26), a palavra inovação vem do latim “innovation”, sendo difícil estabelecer uma definição para tal. Porém, diz-se que está atrelado a algo que fora criado, foi metamorfoseado, tornando-se enfim, algo diferenciado que poderá ser “usado ou comercializado como um produto novo”. A expressão também pode ser usada para designar uma criação que pode ser comercializada, em outras palavras, não foi apenas uma invenção. Foi uma invenção aceita pelo mercado e está circulando como produto vendável. Canda ressalta que as ideias e os projetos que não são atribuídos valores de forma que a sociedade o aceite, não se considera inovação.

Sarkar (2010, apud Canda, 2013, p. 26), diz que para haver inovação são fundamentais e inerentes dois elementos: criatividade e ideia. Segundo Bastos (2012, p. 27), “empreendedores são pessoas especialistas em perceber e interpretar necessidades e problemas, capazes de idealizar soluções, de transformar sonhos e ideias em realidade, de inovar e correr riscos”.

Conforme Sarkar (2010, apud Canda, 2013, p. 26; 27) “não basta ter ideias, é também necessário que estas sejam implementadas e que consigam gerar um impacto econômico, o que significa que tem de ser comercializado”.

Constata-se com os autores que inovar não é somente criar algo novo, inventar. Vai além da invenção de um novo produto ou criação de um serviço. A invenção para ser considerada inovação precisa ser aceita pela sociedade e gerar um resultado positivo na economia. Pensa-se que essa aceitação pode ocorrer por uma necessidade da clientela ou

porque de alguma forma facilitará a vida das pessoas. Nota-se com Bastos que o empreendedor além de inovar é a pessoa que corre os riscos necessários a implementação de sua inovação, o que pensa-se ser crucial para que o produto venha a conquistar o setor mercadológico.

De acordo com Christo (2011), as empresas precisam se preparar para atender a demanda do mercado competitivo inovando, pois o surgimento de uma concorrência global gerada pelo processo de globalização diminuiu a distância geográfica entre as empresas que acabam disputando um mesmo mercado. A inovação é vista por ele como uma ferramenta que impulsiona o desenvolvimento socioeconômico, é um meio de sobrevivência e é fator de aumento da competitividade entre as empresas.

Bessant e Tidd (2009, apud Christo, 2011, p. 20) “se não mudarmos o que oferecemos ao mundo (bens e serviços) e como os criamos e ofertamos, corremos o risco de sermos superados por outros que o façam. Em última instância, é uma questão de sobrevivência”. Mas, o que isso quer dizer? Diz-se que o empreendedor:

É inovador e criativo e principalmente conhece e gosta do que faz. Ele deve ter visão e percepção para identificar as oportunidades. Suas atitudes empreendedoras devem focar as pessoas e não somente as empresas, atitudes estas que são fundamentais para o sucesso ou fracasso da empresa (CUSTÓDIO et al., 2011, P. 37)

Entende-se nesse sentido a inovação como uma necessidade, pois num mundo globalizado e competitivo para que uma empresa consiga sobreviver precisa sempre inovar em seu empreendimento, seja produto ou serviço, torna-se essencial fazer a diferença no meio mercadológico. Do contrário, serão superados por aqueles dispostos a conquistar e ganhar cada vez mais espaços. Além de inovador, o empreendedor deve gostar do que faz e ser visionário a ponto de identificar as oportunidades em sua volta, e ainda direcionar seu foco também para as pessoas (podendo ser a clientela que já possui e/ou a que quer conquistar), pois disso também depende seu sucesso.

Compreende-se que há e é uma necessidade em está preparado para as mudanças no seio de uma sociedade globalizada e competitiva, analisar o momento histórico e buscar atender as necessidades e exigências do momento. Arrisca-se a ir mais além dessa visão e dizer que inovar acredita-se está associado com o que se “prevê” para o futuro, partindo do princípio de que quando se analisa o presente, prepara-se melhor para o futuro.

De acordo, com Bessant e Tidd (2009), citado por Christo (2011), a inovação é fruto da existência de um ambiente favorável a mesma, no qual três fatores são relevantes para a gestão da inovação.

Geração de novas ideias: questionar a necessidade dos clientes, pesquisar, combinar ideias já existentes, inspirar-se, pode levar o surgimento de algo novo que pode ser identificado como oportunidade.

Seleção das melhores ideias: Dentre as ideias geradas, identificar quais apresentam maiores possibilidades de obter resultados positivos, considerando sua viabilidade de execução e se há recursos limitados ou não.

Implementação: transformar a ideia em “bens” utilizáveis como produtos, serviços e processos.

Segundo Sarkar (2009) apud Christo (2011), uma empresa pode criar valor e diferenciar-se da concorrência por meio dos produtos e serviços que oferta através da inovação, fator que pode levar a redução de custos e aumentar a competitividade no mercado.

Nota-se em ambos que a inovação é relevante na criação de produtos, serviços e processos utilizáveis. Compreende-se que para ser considerado inovação, é necessário que o produto ou serviço seja socialmente aceito, pois, do contrário como será conhecida e reconhecida, de que maneira provocará a competitividade positivamente e como se diferenciará da concorrência se não tiver um valor, se não apresentar um diferencial dos demais encontrados no mercado? Entende-se nesse sentido que inovação é provocar um efeito positivo para a sociedade que a aceita como algo inovador e necessário.

2.3 EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Muito já se falou de empreendedorismo corporativo e como este pode influenciar a economia de um estado, país ou nação por meio da identificação de oportunidades que podem se transformar em criação (inovação) de produtos e serviços que verdadeiramente venham ser aceitos pela sociedade e revolucionar o estilo de vida das pessoas e gerar lucro para a empresa, desenvolvimento e crescimento econômico para o país. Porém, existe outro tipo de empreendedorismo que não é exatamente e principalmente focado no lucro, mas sim na coletividade: chama-se empreendedorismo social.

Conforme, Edson Marques Oliveira (2004), o termo empreendedorismo social é novo em relação a composição filosófica da atualidade, estando em propenso desenvolvimento, porém, em suas aspirações mais profundas, já existira há algum tempo.

“O empreendedorismo social ainda é um conceito em construção. Mesmo assim, há um consenso entre os estudiosos de que, o empreendedor social apresenta

características semelhantes a dos empreendedores empresariais. O que diferencia o social do empresarial é o fato de o primeiro possuir um forte apelo do bem estar social em suas motivações”. (SILVA, 2009, p. 20)

O empreendedorismo social é originário do campo de estudos do empreendedorismo apresentando como particularidade o foco de interesse no impacto social do empreendimento (CAMPOS; MARTENS; REZENDE; CARMONA; & LIMA (2012, p. 62;63). De acordo com SILVA; MOTA; BORGES; COUTO; & SILVEIRA (2012), na área de empreendedorismo social, surgem as oportunidades que podem promover a solução de algum problema e até ajudar alguém (SILVA et al., 2012, p. 108).

“De modo mais amplo, o termo pode se referir a qualquer iniciativa empreendedora feita com o alvo de avançar causas sociais e ambientais. Essa ação pode ser com ou sem fins lucrativos, como por exemplo, criação de um centro de saúde com fins lucrativos em uma aldeia onde não exista nenhuma assistência à saúde, ou a distribuição de remédios gratuitos para a população pobre, etc”. (SILVA, 2012, p. 106)

Nota-se, então, que o empreendedorismo social volta-se para o coletivo, e não é exatamente para a geração de lucro. Entretanto, isso não quer dizer que no empreendedorismo social não se pode empreender visando o lucro, de maneira alguma. Pode-se pensar no lucro, porém o objetivo maior vem a ser o resultado que trará para o coletivo. Entende-se que o lucro poderá ser uma consequência ou até mesmo um objetivo de segundo plano atrelado ao empreendimento social criado.

“Desta forma, o empreendedorismo social representa realmente uma forma diferente de aproveitar as oportunidades e de desenvolver projetos colocando, no centro da atividade econômica, a supremacia da ética, da justiça social, do indivíduo e das suas reais necessidades” (Manual do Empreendedorismo Social: uma abordagem sistêmica. 2012, p. 10;11). Constatase assim, que o empreendedorismo nesse modelo de empreender visa atender as necessidades do indivíduo e não unicamente na geração de riquezas.

“O empreendedorismo social vem apontar tendências e traz soluções inovadoras para problemas sociais e ambientais seja por detectar um problema que ainda não é conhecido pela sociedade ou por vê-lo por meio de uma perspectiva diferenciada. Em cima de sua atuação ele acelera o processo de mudanças e inspira outras pessoas a se engajarem juntos a ele”. (SILVA et al, 2012, p. 108)

“O empreendedor social é uma pessoa que reconhece problemas sociais e tenta utilizar ferramentas empreendedoras para resolvê-los. Difere do empreendedorismo tradicional, pois tenta elevar ao máximo os retornos sociais ao invés de maximizar o lucro”. (SILVA, et al, 2012, p. 106). Neste sentido, o empreendedorismo social volta-se para o resultado que beneficiará a coletividade e não visa renda como fim.

Constata-se, então, que no empreendedorismo social a identificação de oportunidades e a implementação através da inovação, criação ou melhoramento de um serviço ocorrem de maneira diferenciada, ou seja, os projetos são realizados em prol de um bem comum. Da mesma forma que no empreendedorismo corporativo se antecipa respostas para possíveis problemas, no empreendedorismo social se percebem os problemas antes de serem conhecidos pela sociedade ou vistos dentro de um aspecto distinto. A visão panorâmica, filosófica e social da realidade de um meio comum poderá atender e suprir as necessidades da coletividade.

“É fato de que um empreendedor social, não necessariamente atua ou dispõe de uma organização sem fins de lucro. Tampouco, o fato de ser gestor ou estar à frente das atividades de uma organização desta natureza, também não qualifica necessariamente um indivíduo como empreendedor social, e nem toda organização sem fim de lucro é um empreendimento social, contudo, esse ainda é o tipo de estrutura organizacional mais adotado por parte daqueles que trabalham em função de metas sociais”. (SILVA, 2009, p. 25)

É importante atentar para a chamada de atenção acima na identificação de um empreendedor social e conseqüentemente para o empreendedorismo social. Nem sempre uma pessoa que atua numa organização cujo fim é o bem estar da coletividade é um empreendedor social. A partir do que já foi estudado, entende-se o empreendedor social como a pessoa que empreende na resolução de um problema antes de o mesmo existir, atua em uma necessidade de forma inovadora, cria mecanismos de valor que impulsionem outras pessoas a se engajarem em obras que visem a melhoria da qualidade de vida da sociedade. Quanto ao lucro, ele pode existir, porém é uma consequência, segundo plano ou atrelado ao desenvolvimento da atividade desenvolvida.

2.4 TAXA DE EMPREENDEDORISMO NO BRASIL SEGUNDO O PROGRAMA GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

O *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) é um programa de pesquisa iniciado em 1999 através de uma parceria entre a *London Business School* da Inglaterra e a *Babson College*, dos estados Unidos. O GEM realiza anualmente uma avaliação para verificar como

está o nível nacional da atividade empreendedora objetivando compreender a contribuição do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social dos países. O GEM iniciou com somente 10 países, e posteriormente uma média de quase 100 países já se associaram ao projeto que realiza o maior estudo de andamento de empreendedorismo no mundo.

No Brasil a pesquisa é realizada pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP) e é apoiado tecnicamente e financeiramente pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE). O GEM se diferencia dos demais estudos por dois fatores relevantes:

- Primeiramente tem como foco principal o empreendedor e não as empresas. Desta maneira, o levantamento de dados é realizado diretamente com o empreendedor e os resultados são gerados a partir dos respectivos empreendedores e seus empreendimentos.
- Posteriormente, volta-se para o amplo conceito que se tem a respeito do empreendedorismo onde se busca captar os diferentes tipos de empreendedores: formais ou informais envolvidos desde os empreendimentos mais simples até os de mais alto escalão (modernos e de alto valor agregado).

Conforme consta no site do IBQP, são mais de 300 acadêmicos e pesquisadores que participam diretamente no programa de pesquisa, incluindo em seus resultados comparações globais, relatórios nacionais e tópicos baseados no ciclo de coleta de dados anual. Constata-se, então, que a pesquisa é realizada dentro de padrões que coleta dados da pessoa do empreendedor e seu comportamento diante da criação do que está sendo ou já fora criado.

“No conceito adotado pelo GEM, o empreendedorismo consiste em qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente”. (Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo. 2015, p. 7). Nota-se assim, que o conceito de empreendedorismo é bastante amplo no sentido de considerar a criação e expansão de um empreendimento.

As informações coletadas pelo GEM se dividem em dois grupos. No primeiro realiza-se uma pesquisa com uma população adulta e uma amostra representativa de indivíduos com idade que vai de 18 a 64 anos onde se leva em consideração as atitudes, atividades e aspirações da população em relação ao empreendedorismo. Esses dados são coletados todos os anos e seus resultados fornecem informações quantitativas a respeito da parcela da população envolvida com o empreendedorismo.

No segundo grupo, realiza-se a pesquisa com profissionais de diferentes setores da sociedade, chamada de “Pesquisa com Especialistas”. A pesquisa refere-se a avaliações a respeito do ambiente que iniciará o novo negócio no país. O objetivo desta é identificar que fatores auxiliam e dificultam a atividade empreendedora no país. Esse especialista é alguém com conhecimento ou ampla experiência e envolvido com algum aspecto que seja relevante relacionado à atividade empreendedora.

“Entre as condições que interferem na atividade empreendedora estão: finanças, políticas e programas governamentais, educação e treinamento, transferência de tecnologia, infraestrutura de suporte e sociedade e cultura em geral”. “Os Especialistas Nacionais ligados ao empreendedorismo podem ser políticos, acadêmicos, empresários, agentes do governo ou qualquer outro profissional ligado ao empreendedorismo com conhecimento resultante de diferentes experiências ou estudos”. (Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo. 2015, p. 8)

De acordo com o relatório executivo do GEM (2015), utiliza-se como instrumento de pesquisa para coleta de dados um questionário padrão para todos os países. O primeiro momento da pesquisa corresponde a uma sequência de afirmações voltadas para fatores que interferem na atividade empreendedora no país, onde o especialista irá avaliar o grau de veracidade de acordo com uma escala Likert. No segundo momento o especialista é questionado com questões mais específicas a respeito de três fatores que considera mais relevantes ao empreendedorismo, três fatores mais limitantes e recomendações que venham contribuir para melhoras no setor.

Após os resultados da pesquisa os empreendedores são classificados em diferentes níveis: iniciais (nascentes e novos) e estabelecidos. Porém, não comentar-se-á a respeito dos níveis aqui por se compreender não ser relevante nessas entrelinhas.

Baseado em dados do GEM, em 2015 a taxa total de empreendedorismo (TTE) para o Brasil foi de 39, 3%. A estimativa é que no ano de 2015, 52 milhões de brasileiros com idade entre 18 e 64 anos de idade estavam envolvidos na criação ou manutenção de algum tipo de negócio, seja como empreendedor em estágio inicial ou estabelecido. Referente ao ano de 2014, a TTE foi de 34, 4%, o que observa-se um aumento significativo para o ano de 2015.

Ao comparar a TTE entre os anos de 2014, 2015 e 2016 que fora de 36 %, apesar do crescimento de 2014 para o ano de 2015, notara-se também uma considerável diminuição para o ano de 2016, o que segundo o GEM pode se explicar pela atual realidade de instabilidade econômica vivida no Brasil. Mesmo diante desse cenário de incertezas, segundo o GEM, o empreendedorismo vem aos poucos sendo percebido sua relevância na

manutenção do nível de atividade econômica consolidando-se como alternativa para o emprego formal.

Em geral, os brasileiros são favoráveis à atividade empreendedora e tem uma visão positiva a respeito dos indivíduos envolvidos com negócios próprios. Isso pode ser constatado pelo fato de que, em 2015, entre 70% e 80% dos brasileiros concordam que abrir um negócio é uma opção desejável de carreira, valorizam o sucesso dos empreendedores e acompanham na mídia histórias sobre empreendedores bem sucedidos (Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo. 2015, p.17)

Constata-se, então, a partir do que fora visto que o Brasil dispõe de uma visão filosófica e empreendedora com aspectos positivos concernentes ao desenvolvimento do empreendedorismo, ou seja, as pessoas estão buscando criar um negócio e se manter no mercado, mesmo em tempos de crise, o que vem ser bom para a economia do país. Por outro lado, embora a taxa de crescimento do empreendedorismo tenha aumentado de um ano para o outro, numa leitura mais específica no relatório do GEM, observa-se que o aumento dessa taxa ocorre por fatores relacionados aos diferentes níveis estabelecidos pela pesquisa, o qual não se comentou aqui.

2.5 EDUCAÇÃO/FORMAÇÃO EMPREENDEDORA

Muito já se falou do empreendedor e do processo de empreendedorismo, ainda assim, há muito mais para se falar, aprender, socializar, enfim, entende-se o conhecimento como um processo infinito, pois, quanto mais se aprende, se descobre que há muito mais para aprender. Nesse sentido, vê-se a educação como um dos eixos norteadores para o sucesso profissional, uma vez que a sistematização do conhecimento organizado proporciona flexibilização, dinamização, compreensão, ensino e aprendizagem capazes de tornar o ser humano único, com características específicas que fazem a diferença no meio.

Ao se tratar de formação, Moraes et al., (2014, p. 77) consideram em seu trabalho aquela que se inicia na infância e percorre as demais fases da vida onde o meio em que se vive é determinante para a conquista de novas experiências, aprendizagens e ao mesmo tempo, busca de conhecimentos que propiciarão a reprodução das características empreendedoras, ou seja, a formação proporcionará ao empreendedor a capacidade de se reinventar dentro de seu segmento.

Dentro desse contexto, ao falar do empreendedor: “ninguém será um bom empreendedor, um bem-sucedido com o seu negócio tendo vida longa se não estudar”

(Mirshawka. 2004, p. 24). Considerando que o empreendedor é alguém com características marcantes onde a transformação da oportunidade em negócio lucrativo e a constante inovação são fatores que fazem a diferença no mundo da comercialização, é essencial que o mesmo tenha o estudo sistematizado como fonte de desenvolvimento que proporcionará uma melhor adaptação e compreensão do mundo dos negócios e o ajudará a manter-se ativo no cenário econômico de forma que seu produto ou serviço não venha a se desequilibrar no mercado a ponto de deixar ir a falência.

“Aprender a empreender é capacitar-se para fazer o que ninguém faz, achar novas soluções para antigos problemas, antecipar respostas para questões não formuladas, facilitar trâmites, melhorar resultados, mostrar o sorriso antes do motivo para sorrir” (MIRSHAWKA, 2004, p. 72). Nesse sentido, entende-se a aprendizagem como fator fundamental no processo do empreender, seja na criação de um produto, serviço ou empresa, enfim. A aprendizagem é inerente para se consolidar um negócio e mantê-lo ativo junto a concorrência, onde as necessidades são supridas antes mesmo de se tornarem problemas.

Leva-se em consideração nesse processo de empreender o que diz Moraes et. al., (2014, p. 74) onde a influência do meio é considerada como fator determinante no desenvolvimento de posturas e características essenciais a cada indivíduo. Portanto, compreende-se nesse contexto que se o meio influencia no desenvolvimento de posturas e características empreendedoras, a formação empreendedora torna-se relevante nesse processo, na medida em que quanto mais cedo essa formação for proporcionada, melhor para a sociedade que terá adultos mais bem preparados para atuar com responsabilidade, autonomia, jovens visionários que conseqüentemente podem dar sua parcela de contribuição no desenvolvimento da economia seja local, estadual ou nacional além da possibilidade de serem geradores de empregos.

“Para que a escola consiga promover uma educação para o empreendedorismo adequada, eficaz, que se consolide em bons resultados é necessário que a própria Escola altere sua forma de atuação” (TEIXEIRA, 2012, p. 36). Nesse sentido, corrobora-se com essa ideia por se compreender que a escola enquanto espaço de ensino e aprendizagem sempre que houver necessidade, precisa rever seus conceitos quanto a forma como está atuando e sendo atuante na vida do aluno, pois o resultado final de seu trabalho muito dependerá da maneira como conduz o mesmo.

Conforme Hansemark (1998) como citado por Costa e Carvalho (2011, p. 106) “a educação para o empreendedorismo é aquela cujo objetivo é criar um novo produto ou serviço atribuindo-lhe valor econômico particularmente dirigido a pequenas empresas, ao auto emprego e ao desenvolvimento de novas competências”. Quanto para Aiub (2002)

apud Costa e Carvalho (2011, p. 106) “a educação para o empreendedorismo promove a criação de ambientes que estimulam comportamentos sociais voltados para o desenvolvimento da capacidade de geração de auto emprego”.

Compreende-se nessas entrelinhas que a educação para o empreendedorismo já tem destino certo no sentido de contribuir para a criação de comportamentos que estimulem novos comportamentos e para que se possa criar algo que seja atribuído valor econômico e venha a ser gerador de renda por meio do emprego. Porém, discorda-se quando se diz que a criação desse novo produto ou serviço está particularmente direcionado a pequenas empresas como se fosse única e exclusivamente só a ela. Entende-se que uma grande empresa também pode se apropriar da educação empreendedora para melhorar seu segmento, seja de produtos ou serviços prestados.

De acordo com o Ministério da Educação (*apud*. Souza 2012), já tramitou no governo Federal brasileiro duas indicações dos deputados João Bittar e Luíz Carlos Hauly para que o empreendedorismo se torne disciplina obrigatória do currículo do ensino fundamental, do ensino médio, da educação profissional e da educação superior no país. O Conselho Nacional de Educação (CNE) se manifestou sobre o tema emitindo o Parecer CNE/CEB nº 13, homologado pelo Ministro da educação e publicado no Diário Oficial da União de 6 de setembro de 2010, orientando que o empreendedorismo deve ser tratado no currículo como tema transversal, que atravessa portanto todos os conteúdos, disciplinas e áreas de conhecimento (SOUZA, 2012, P. 4; 5).

Para melhor compreensão da proposta dos deputados acima citados observe suas justificativas:

Sabedores que somos da importância da educação na promoção do desenvolvimento social e econômico de nosso país ressaltam a necessidade de se incluir a disciplina Empreendedorismo, de forma teórica e prática, no contexto escolar. Estimular o potencial empreendedor é firmar valores como a busca de oportunidade e iniciativa, a disposição para inovar e enfrentar desafios e riscos calculados, características de comportamentos tão exigidas atualmente, tanto para os que optarem pela futura abertura de um negócio, como para aqueles que buscarão uma chance no competitivo mercado de trabalho, colaborando, inclusive, para o surgimento de novos negócios e a geração de emprego e renda. (MEC/CNE, 2010, p. 01)

Segundo revistas técnicas especializadas, o Brasil é um dos países mais empreendedores do mundo.

Pela pesquisa realizada em 2004 pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), instituto cuja filosofia é incentivar a cultura empreendedora, o Brasil se classifica em sétimo lugar dentre 34 países pesquisados na capacidade de

empreendedorismo. Entretanto, uma das grandes falhas do ensino brasileiro, sobretudo o de educação superior, o cenário é a completa ausência de discussões e investimentos sobre o tema empreendedorismo.

Num país como o nosso, em que a falta de emprego é patente, torna-se importante que se invista no ensino do empreendedorismo, para que o mesmo seja alternativa para se entrar no mercado de trabalho cada vez mais competitivo.

Pelo alcance e importância da medida, contamos com o apoio dos Nobres pares para sua aprovação. (MEC/CNE, 2010, p. 02)

Conforme o Ministério da Educação e o Conselho Nacional de Educação, o parecer de nº 13/2010, visava a inserção do empreendedorismo como disciplina no currículo do Ensino Fundamental, Ensino Médio, Educação profissional e Educação Superior. E, apesar das justificativas e depois de analisar a importância do empreendedorismo como conhecimento capaz de intervir na realidade sócio econômica do país, a resposta foi que o empreendedorismo deveria ser trabalhado como tema transversal podendo ser incorporado em todas as disciplinas. Quanto às universidades, sugeriu-se que o tema fosse desenvolvido nos cursos que “mais” se relacionam a tal como Administração e Ciências Econômicas.

Não irá se comentar aqui a respeito de questões puramente políticas. Mas, vale salientar a compreensão de que já existe um pensamento crítico, filosófico e reflexivo que analisa o empreendedorismo como conhecimento relevante na formação cidadã que oportunizará a este a obtenção de conhecimentos inerentes a sua vida profissional. No entanto, percebe-se total falta de interesse em se construir uma economia sólida no país, uma vez que se analisado a contribuição do empreendedorismo, concluir-se-á sua influência no desenvolvimento e crescimento econômico.

Outro fator que chama a atenção para o parecer final refere-se a questão de quando se trabalhar o tema empreendedorismo nas universidades exemplificando dois cursos como área de conhecimento que mais se aproximam do mesmo, ou seja, implicitamente se diz não ser relevante o tema empreendedorismo em determinados cursos.

Conforme Moraes et al., (2014, p. 77) “a formação empreendedora complementa as características do empreendedor e por esta razão é necessário despender uma atenção especial para sempre buscar orientação”. O que isso quer dizer?

Considerando como empreendedor a pessoa que desenvolve e investe em um empreendimento, cria e inova produtos, serviços e processos, inicialmente entende-se que empreender é um processo que pode ser ensinado no decorrer da vida e em todas as fases. Posteriormente tem-se um contributo e compreensão de que o ser

humano já nasce com características empreendedoras e que através da formação empreendedora aperfeiçoará o que já é nato e como consequência fará a diferença no meio atuando de maneira positiva contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico da sociedade.

Em meio aos percalços da formação empreendedora, segundo Teixeira (2012, p. 27) “o indivíduo não nasce empreendedor, mas pode tornar-se empreendedor”. Partindo de um pressuposto onde as capacidades e características empreendedoras podem ser desenvolvidas e que ser empreendedor é um processo, corrobora-se com o mesmo por se compreender que a aprendizagem também é um processo e que ocorre ao longo da vida.

No entanto, observa-se que Moraes et. al.(2014.), e Teixeira (2012) por obséquio partilham de ideias semelhantes e contraditórias ao mesmo tempo. Porém, a junção da fala de ambos é enriquecedora se compreendida que o ser humano pode nascer com características empreendedoras que podem ser complementadas a partir de uma formação para o empreendedorismo, ao mesmo tempo, remete-se a compreensão de que nem todos nascem com essas características, mas, porém, podem ao longo da vida aprendê-las.

Junior (2010) apud Moraes et al., (2014, p. 77), explana que para ter sucesso o empreendedor não deve acreditar somente que basta ter a vontade de abrir um negócio. O empreendedor para ter sucesso vai além de esse pensar, é preciso talento, dedicação plena para a realização do empreendimento, estudo sistematizado, atualização constante, renovação das ideias e é inerente saber planejar.

Observa-se com isso que empreender não é uma “tarefa” simples como parece. Não basta somente inovar na criação de algo, mas renovar a inovação adaptando-se a evolução da sociedade, estudar (o mercado, a sociedade, a economia, a utilização das tecnologias, conhecer o mundo e suas possibilidades, a concorrência, de que maneira tal inovação influenciará o estilo de vida das pessoas etc.).

Outro fator que Junior nos chama a atenção é a questão da dedicação. O empreendedor para ser bem sucedido deve dedicar-se completamente no empreendimento que investiu. Isso não requer somente conhecimento, mas tempo para planejar as ações que são de crucial relevância no processo. Leva-se em consideração também o grau de informação do empreendedor. Ele não deve estar alheio aos acontecimentos do mercado, deve sempre conhecer as novidades ao seu redor e buscar criar melhor que tais.

O empreendedor precisa ter um bom conhecimento do mercado que irá atuar, conhecer seus clientes atuais e visualizar os potenciais, identificar seus hábitos, costumes e desejos. A qualificação dos funcionários deve ser realizada constantemente, assim como se deve implementar meios para o controle das finanças, administrar os pagamentos dos impostos, como outras responsabilidades, observar sempre a concorrência e outros fatores que podem influenciar seu negócio. Portanto, uma boa formação empreendedora é fundamental para garantir a permanência da empresa neste mercado que é tão competitivo. (MORAES et al., 2014, p. 79)

Conclui-se, então, que a relevância do conhecimento de um empreendedor pode ser um fator que garantirá sua permanência nesse mercado competitivo. O empreendedor deve estar e ser sempre atento, sensível a mudanças, conhecer sua clientela e quiçá em sua essência como forma de vislumbrar o que lhe faz bem e o satisfaz. Para tanto, torna-se necessário a constante busca pelo aprimoramento que como consequência pode melhorar a qualidade do que oferece.

Conforme Sela; Sela & Franzini (2006, p. 2), “a educação empreendedora deve incluir, necessariamente o aumento da capacidade de gerar capital social e capital humano”. Entende-se aqui essa formação como voltada para a geração de lucro e de pessoas bem preparadas para buscá-lo num mercado competitivo sendo atuantes e ativos no desenvolvimento e crescimento da economia. Entende-se também como capital social o retorno que essa formação trará para a sociedade através do atendimento de uma necessidade em prol da coletividade e do bem comum a todos.

Nesse sentido, entende-se a formação empreendedora como fator relevante na formação do jovem que pretende atuar no mercado de trabalho de forma diferenciada com responsabilidade e compromisso social contribuindo para o desenvolvimento e crescimento econômico da nação, seja a curto, longo ou médio prazo, além de gerar emprego e renda e ser responsável pela inovação que o momento exige.

2.6 CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DA JUNIOR ACHIEVEMENT

2.6.1 O INÍCIO

De acordo, com a Revista JA Brasil, edição especial- 13ª edição 2015/2016 e o site www.juniorachievement.org.br, a Junior Achievement (JA) é a maior e mais antiga organização de educação prática em negócios, economia e empreendedorismo do mundo. Criada nos Estados Unidos em 1919 por Horace Moses e Theodore Vail, presidentes da Strathmore Paper Company e da AT&T. A Junior Achievement é uma associação educativa sem fins lucrativos, mantida pela iniciativa privada.

A iniciativa de criação da organização surgiu a partir do momento que esses empresários observaram a necessidade de fomentar o empreendedorismo, como ferramenta de transformação da sociedade, uma vez que o empreendedorismo agrega a necessidade de desenvolver valores e habilidades que acabam por destacar o indivíduo. Empresários de outros países abraçaram a iniciativa e os propósitos da Junior Achievement, fazendo com que a organização se expandisse, envolvendo milhões de alunos e centenas de empresas que acreditam no poder da educação empreendedora.

A JA desenvolve suas atividades com a filosofia de que “a vida é um caminho, não um destino e você é o arquiteto de seu caminho”. Isto é: acredita-se no potencial do ser humano, na sua capacidade de realizar sonhos e conquistas se percorrer os caminhos do conhecimento, ou seja, este é agente de seu futuro. Portanto, incentiva-se os jovens na busca responsável por seu destino sempre com foco, determinação, objetivos a serem alcançados, coragem para correr os riscos necessários e confiança em si próprio. São peças fundamentais para que os caminhos percorridos os levem ao sucesso.

A JA tem como objetivo despertar nos jovens o espírito empreendedor, estimulando o desenvolvimento pessoal de forma que esse jovem venha a ter uma visão holística do mundo dos negócios e sua entrada no mercado de trabalho seja facilitada pelo conhecimento que possui e que fará a diferença. Diante desses objetivos pretende-se que os jovens compreendam: o valor da perseverança, a necessidade de assumir riscos, o compromisso com a sustentabilidade, a importância dos objetivos claros, que a riqueza se cria, que a ética é um fundamento inalienável, que a honestidade rende dividendos, que não basta apenas sonhar, mas que é preciso acontecer.

O Brasil é um dos mais de 120 países que beneficia jovens do ensino fundamental e médio com os projetos da JA e oferece programas de educação econômico-prática e experiências no sistema de livre iniciativa por meio das parcerias entre escolas e voluntários da classe empresarial. Estes dedicam parte de seu tempo ensinando e compartilhando suas experiências. Os estudantes brasileiros são beneficiados por programas educativos aplicados por voluntários em escolas públicas e privadas e ações mantidas por empresas de diferentes portes.

A JA Brasil está presente em todos os Estados e no Distrito Federal. Segundo o site www.juniorachievement.org.br, ao todo, no Brasil já foram beneficiados 4 milhões de alunos e 150 mil voluntários cooperaram para esta realização. A nível global 10 milhões de jovens por ano participam dos programas da JA que aos poucos vem consolidando a formação de uma cultura empreendedora. Ainda de acordo com o site acima citado, no Estado do Pará, a JA Pará foi fundada em 2005 e desse período aos dias atuais já beneficiou cerca de 40.000 estudantes com os programas de educação empreendedora no Estado.

A JA desenvolve suas atividades propondo a missão de inspirar e preparar jovens, despertando seu espírito empreendedor para serem bem sucedidos na sociedade e em uma economia globalizada, transformando-os em cidadãos qualificados e realizados, que possam contribuir positivamente para o desenvolvimento sustentável do Brasil. Quanto a sua visão, em 2020, pretendem ter alcançado 10 milhões de jovens inspirados e preparados para serem bem sucedidos na sociedade e em uma economia globalizada. Quanto aos valores propagados pela organização estão a integridade, ética, perseverança, coragem, sensibilidade, sustentabilidade, criatividade, pertencimento e paixão.

O sucesso das atividades desenvolvidas pela JA é atribuído a parceria e dedicação de todos os envolvidos: empresas, escolas educadores, alunos e famílias, cujo vínculo principal é o trabalho voluntariado que permite o desenvolvimento da cultura empreendedora.

2.6.2 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS PELA JUNIOR ACHIEVEMENT

A JA tem programas específicos para serem desenvolvidos desde o ensino fundamental até o ensino médio. As atividades são desenvolvidas em sala de aula por voluntários e sempre de acordo com a série/ano que o aluno está cursando. Os jovens têm a oportunidade de aprender a respeito de temas como sustentabilidade, através dos programas Nosso Planeta, Nossa Casa; Atitude pelo Planeta; Nossos Recursos. Empreendedorismo, por meio dos programas Nossa Comunidade; Empresa em Ação; Miniempresa. Preparação para o mercado de trabalho através dos programas Nosso Mundo; Introdução ao Mundo dos negócios, e de educação financeira com os programas Mais do que Dinheiro; Finanças Pessoais; Meu Dinheiro, Meu Negócio, etc.

As empresas investem na parceria com a Junior Achievement, que por sua vez prepara voluntários para atuar nas instituições de ensino e assim transformar crianças, adolescentes e jovens em empreendedores da própria vida, e por conseguinte podem tornar-se em futuros empresários.

Figura 1 - Entendendo o processo na JÁ



Fonte: www.juniorachievementbrasil.org.br

Dentre os programas desenvolvidos pela JA, apresenta-se o Programa Nosso Planeta, Nossa Casa, específico para turmas do fundamental. Cada um desses programas tem objetivos específicos a serem alcançados e conteúdos a serem desenvolvidos. Para entender melhor observe o quadro 2 abaixo que apresenta minuciosamente as competências a serem desenvolvidas pelos alunos, explanação clara e concisa dos objetivos além do que será trabalhado durante o desenvolvimento do mesmo na escola.

No Programa Nosso Planeta, Nossa Casa.

Quadro 2 - atividades desenvolvidas no ensino fundamental

Conteúdo	Objetivos do Aprendizado	Conceitos
Contextualização: situação atual.	Estudantes aprendem sobre a situação atual do planeta.	Consciência sobre a realidade da atual crise ambiental.
Consciência da responsabilidade individual.	Estudantes são convidados a refletirem sobre suas potencialidades e responsabilidades individuais.	Responsabilidade e autonomia.
Resgate histórico, associação com o mundo produtivo e da lógica da produção e consumo, revolução industrial, mudanças sociais e econômicas.	Estudantes aprendem sobre as transformações impostas pelo homem sobre o ambiente natural, ao longo do tempo.	Capacidade de relacionar as dimensões sociais, culturais, ambientais e econômicas, entre outras.
Apresentação do tema efeito estufa e aquecimento global, como o maior desafio ambiental atual, e diretamente associado ao impacto humano(e de seus padrões de produção e consumo / matriz energética) sobre o planeta.	Estudantes recebem informações sobre as alterações climáticas, antecedentes e consequentes.	Reflexão sobre os impactos produzidos por nossos padrões de produção e consumo.

Apresentação das ideias de Kenneth Boulding sobre a economia do cowboy e do astronauta. A analogia, além de lúdica e pedagógica, força uma reflexão sobre as reais condições do Planeta Terra, um sistema fechado, onde o único recurso que é inserido continuamente é a energia solar.	Estudantes aprendem sobre e comparam dois padrões de comportamento e de civilização, a partir das ideias de Kenneth Boulding.	Visão crítica da realidade, com objetivo de alterar comportamentos e atitudes.
Aproximação com a natureza, a ideia de que estamos imersos nela, rodeados de elementos retirados do ambiente natural (dependência, aproximação e identificação).	Estudantes refletem sobre o que é "natureza" e o uso dos recursos naturais no cotidiano.	Tomada de consciência sobre a importância da preservação e dos cuidados com o ambiente.
Princípios da Produção Mais Limpa, brincando com a ideia de que qualquer processo é "mapeável" (como uma receita de bolo), e associando "geração de resíduos/poluição" com a ideia de desperdício, ou seja, prejuízos na forma de matérias-primas ou energia sendo desperdiçadas.	Estudantes recebem informações sobre os princípios da eco eficiência.	Eco cidadania, e as alternativas Para cuidar do Planeta Terra.
Três R's e a ideia de adotar estas três atitudes em sua ordem de prioridade, ou seja, reduzir o uso de energia e recursos, sempre que possível, e, finalmente, reciclar o que já não serve para seu uso original, minimizando o impacto ambiental.	Estudantes são informados sobre a proposta dos três R's.	Estímulo à adoção de comportamentos e hábitos ambientalmente mais adequados.
Importância da manutenção da biodiversidade para que o planeta (biosfera) consiga manter sua função de suporte à vida. Aqui, a visão antropocêntrica é deixada de lado, enfatizando a importância de todas as formas de vida. Chamada à ação.	Estudantes são incentivados a valorizar todas as formas de vida.	Respeito e responsabilidade para com os demais seres vivos, consciência da importância da biosfera.
Dicas ambientais.	Estudantes conhecem alternativas de ações em prol do meio ambiente.	Desenvolvimento de alternativas objetivas e factíveis de hábitos mais adequados.

Fonte: www.juniorachievementbrasil.org.br

Atividade específica para alunos do ensino médio, atuando na preparação destes para o mercado de trabalho e perspectivas de carreiras. Este programa é desenvolvido em

sete aulas, sendo uma por semana, isto é, quase dois meses de preparação. Ressalta-se que a organização das atividades pode variar de acordo com o programa desenvolvido e o período de tempo também não é o mesmo para todas as atividades. Tudo irá depender da complexidade do que se busca ensinar e socializar como as metas que se busca alcançar.

Programa Habilidades para o Sucesso

Quadro 3 - atividades desenvolvidas por aula no ensino médio

<p>Primeira Aula: É a minha Vida São apresentadas aos alunos as 16 Habilidades para o Sucesso. Trabalhando em grupos, eles analisam currículos para decidir qual candidato contratariam para uma vaga de emprego.</p>	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar as habilidades pessoais para o trabalho. - Completar uma avaliação de habilidades pessoais. - Explorar a relação entre as avaliações pessoais e os interesses, valores, metas e habilidades dos alunos.
<p>Segunda Aula: Ouça Em grupos, os alunos participam de uma atividade de interpretação de papéis elaborada para desenvolver habilidades de dicção e compreensão. Usando pistas verbais e não-verbais eles aprendem como construir relacionamentos.</p>	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar estratégias formais e informais de comunicação eficaz no ambiente de trabalho. - Identificar os usos da comunicação não-verbal e suas implicações. - Completar uma auto avaliação informal.
<p>Terceira Aula: Fique Ligado Ao analisar estudos de caso e completar uma atividade de quebra-cabeça, os alunos reconhecem a necessidade do trabalho em equipe e da cooperação no ambiente de trabalho.</p>	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar a importância da cooperação, integridade e respeito para que um trabalho em equipe seja eficaz. - Analisar estratégias para trabalhar de maneira eficaz com outras pessoas de modo a alcançar uma meta conjunta. - Completar uma auto avaliação informal.
<p>Quarta Aula: Resolver Conflitos Trabalhando em grupos, os alunos desenvolvem soluções para possíveis conflitos no local de trabalho. Eles consideram como respostas aos conflitos: ganha/ganha, ganha/perde e perde/perde.</p>	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avaliar e aplicar habilidades eficazes de falar e ouvir para resolver conflitos. - Identificar e implementar soluções ganha/ganha para os conflitos. - Completar uma auto avaliação informal.
<p>Quinta Aula: Trabalhar de Forma Inteligente Trabalhando em grupos, os alunos participam de uma atividade na qual praticam as habilidades de tomada de decisão ao resolver típicos problemas dos locais de trabalho.</p>	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar e aplicar estratégias para a resolução efetiva de problemas em contextos da vida real. - Completar uma auto avaliação informal.
<p>Sexta Aula: O Giro do Marketing Trabalhando em grupos, os alunos praticam a Habilidade de Sucesso Refletir e Avaliar. Eles identificam a ligação entre a publicidade de um produto e a promoção de si próprios.</p>	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analisar e avaliar a publicidade de um produto. - Apresentar suas próprias habilidades através das características de um produto. - Avaliar informações pessoais e elaborar um currículo.

<p>Sétima Aula: É o meu Futuro Durante esta última aula, os alunos participam de simulações de entrevistas de emprego e revisam as 16 Habilidades para o Sucesso apresentadas ao longo do Programa.</p>	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar técnicas eficazes de entrevista. - Avaliar os colegas e fornecer feedback. - Elaborar seus próprios currículos. - Refletir sobre a experiência no Programa Habilidades para o Sucesso.
--	---

Fonte: www.juniorachievementbrasil.org.br

Como se observa, os programas desenvolvidos são muito bem delineados em suas entrelinhas. Objetivos bem claros, específicos e sempre voltados para a atividade empreendedora que posteriormente será colocada em prática por muitos através da criação de seus próprios negócios ou na conquista de um emprego.

2.6.3 ATIVIDADES QUE CONTINUAM A IMPULSIONAR O EMPREENDEDORISMO

No decorrer dos anos ao desenvolver atividades que visam disseminar a cultura empreendedora no mundo, a JA criou eventos e programas que incentivam os jovens a continuar desenvolvendo suas habilidades empreendedoras por meio da troca de experiências que geram aprendizagens significativas, tanto para os que participam dos eventos e programas com o intuito de aprender, como os que vão para socializar e ensinar.

É importante salientar que mesmo depois de o aluno concluir seu ensino médio, tem possibilidades de continuar desenvolvendo seu potencial empreendedor através de programas criados para tais. Pelo presente citam-se alguns:

2.6.4 O NEXA- Núcleo de Ex-Achievers

Este núcleo foi fundado em 1996 por jovens que participaram dos programas de Ensino Médio da Júnior Achievement e que decidiram continuar em contato com o empreendedorismo. O Núcleo foi fundado por um grupo de estudantes gaúchos liderado pela ex-achiever Carolina Werle. O NEXA iniciou com 18 ex-achievers somente e hoje conta aproximadamente com 1 mil jovens brasileiros. Atualmente muitos deles são empresários com negócio próprio ou atuam com sucesso em grandes empresas. O núcleo contribui ativamente para a formação de novos empreendedores.

Para fazer parte do NEXA, o jovem precisa provar que concluiu um Programa de Ensino Médio da JA, ter entre 16 e 24 anos de idade, interessado em qualificar-se para o mercado de trabalho. Depois de filiado o jovem tem a oportunidade de participar de palestras com empresários, executivos, congressos nacionais e internacionais, cursos de

aperfeiçoamento, atividades de integração, ações sociais e visitar empresas, além de desenvolver características pessoais como a oratória, liderança e o trabalho em grupo.

Por meio do NEXA os jovens podem continuar se desenvolvendo através de novos aprendizados e experiências que podem influenciar e intervir no futuro profissional do ser humano. O Núcleo é gerido por gerentes compromissados em liderar e organizar as atividades propostas pelos associados.

2.6.5 FIE- Fórum Internacional de Empreendedores

Este evento é realizado em Córdoba, na Argentina, é desenvolvido pela Junior Achievement e é para jovens do mundo todo. Segundo dados do site www.juniorachievementbrasil.org.br, participam anualmente deste mais de 600 jovens com idade entre 16 e 23 anos oriundos de mais de 15 países. O evento tem como objetivo desenvolver as aptidões dos jovens, suas atitudes empreendedoras e fortalecer os seus valores. No evento são desenvolvidas várias atividades acadêmicas, desportivas e recreativas possibilitando a integração entre os participantes, inter-relação que propicie a descoberta de seus potenciais para aprender, melhorar e atuar na transformação da comunidade em que vive.

2.6.6 PDCN- Programa de Desenvolvimento e Capacitação do NEXA

Este programa oferece aos gerentes de todo o país e suas equipes uma troca de experiências que atravessa fronteiras. No evento também se discutem processos, planejam-se ações, define-se estratégias de atuação, diretrizes e metas anuais da Rede NEXA Nacional. O evento já vem sendo realizado ao longo de 5 anos.

A edição de 2015 realizou-se em São Paulo no Museu de Arte Moderna (MAM) e se fizeram presentes 44 gerentes estaduais dos NEXAs espalhados por vários Estados brasileiros. A troca de experiências foi enriquecedora. Várias atividades foram desenvolvidas em grupo com o objetivo de aproximar os núcleos e também de contribuir para o desenvolvimento e aprimoramento dos projetos de cada Estado.

2.6.7 Changing Lives

O Changing Lives é uma campanha global que visa difundir conhecimento sobre empreendedorismo. Conforme a revista JA Brasil pretende-se com o projeto inspirar, engajar e transformar a vida de alunos no Brasil. Busca-se incentivar os jovens integrantes do NEXA, acompanhados de empreendedores (empresários) a retornarem a escola inspirando outros alunos e compartilhando suas trajetórias. Segundo dados obtidos no site, no ano de 2014, mais de 3 mil alunos foram beneficiados pelo projeto.

2.6.8 CSN- Concurso Sustentabilidade NEXA

A proposta deste é o desenvolvimento de projetos que impulsionem a sustentabilidade em micro e pequenas. As atividades desenvolvidas vão desde a consultoria/capacitação a implementação da ação. O objetivo do CSN é usufruir do espírito de liderança dos jovens que já passaram por Programas da JA e que fazem parte do Nexa. A ideia é transformá-los em agentes multiplicadores da temática da sustentabilidade. Em 2014 o CSN teve dois ciclos, onde o Nexa Pará se destacou no primeiro com o Projeto Eco Pesca e o segundo foi o Nexa Ponta Grossa/PR pelo Projeto Nexarea.

2.6.9 FINDINEXA

O Findinexa Brasil é mais um dos projetos desenvolvidos pela Junior Achievement para jovens empreendedores. Os participantes têm idade de 16 a 23 anos, vindos de todo o país e da América Latina cujo número de participantes ultrapassa mais de 300 jovens. O evento é promovido pela Junior Achievement do Piauí e acontece na cidade de Luís Correia, litoral piauiense. O objetivo deste é a valorização e promoção do turismo, promover o conhecimento e a integração entre os participantes. São desenvolvidas atividades que buscam despertar o potencial empreendedor que existe em cada um.

2.6.10 SGE- Semana Global do Empreendedorismo

É um evento global que foi criado pela *Endeavor* que inspira, conecta e capacita jovens e adultos. A Junior Achievement é uma parceira que ajuda na organização envolvendo o NEXA na organização de atividades que em suma servem para estimular os jovens empreendedores a colocarem suas ideias em prática. A Semana Global do

Empreendedorismo é realizada em mais de 100 países. O evento tem como objetivo disseminar a cultura empreendedora e estimular o desenvolvimento econômico das regiões, do país e do mundo. No ano de 2014, mais de 850 jovens foram beneficiados por meio do envolvimento do NEXA através de 54 ações.

2.6.11 ENG- Encontro Nacional de Gestores

No ano de 2015 foi realizado a 2ª edição do Encontro Nacional de Gestores cujo o objetivo do evento fora a qualificação dos gestores que atuam na JA através da troca de experiências e informações que são de suma relevância para a organização. No evento estiveram presentes gestores de 15 estados brasileiros, entre eles representante do Estado do Pará.

2.7 Dados Referentes às Atividades Desenvolvidas

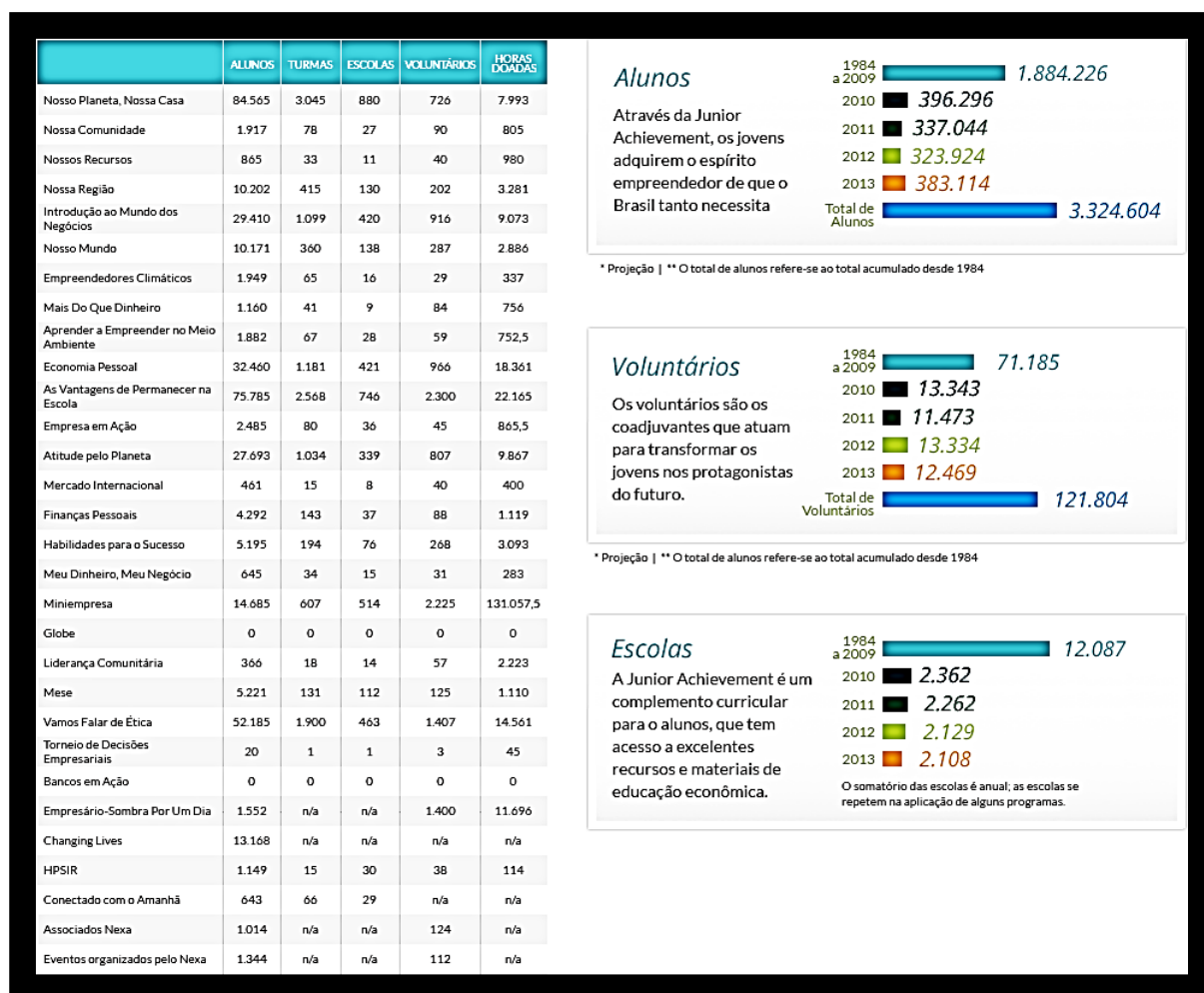
Ao fazermos um levantamento da quantidade de alunos e escolas beneficiados com o Programa Junior Achievement no Brasil do final do século XX e anos iniciais do século XXI, observa-se que o número destes multiplicou-se significativamente. O número de voluntários que contribuem com as atividades da JA Brasil também aumentou consideravelmente. Isso mostra um resultado positivo na iniciativa de jovens e adolescentes em querer está desenvolvendo o espírito e comportamento empreendedor.

Pensa-se que as pessoas estão cada vez mais buscando qualificação, conhecimento, preparação para atuar de forma diferenciada e eficiente no mercado de trabalho. E, quando se vêem diante de uma oportunidade a agarram com voracidade para que não se perca a mesma.

Outro resultado bastante satisfatório refere-se ao aumento do número de voluntários. Percebe-se que cada vez mais as pessoas acreditam no empreendedorismo como forma de mudança e melhoria na qualidade de vida ao ponto de dedicarem uma parcela de seu tempo contribuindo com o desenvolvimento de terceiros que nem se quer conhecem, mas que acreditam que farão a diferença na sociedade.

Observe a figura 2, abaixo:

Figura 2 - dados gerais de programas, alunos, escolas e voluntários no Brasil.



Fonte: www.juniorachievementbrasil.org.br

Partindo da análise da tabela 4 abaixo, que se refere a dados do Brasil em geral, chama-se atenção para o número de alunos participantes entre os anos de 2010, 2011, 2012 e 2013. Observa-se que há um decréscimo significativo nos três primeiros anos correntes. Porém, no ano de 2013, há um aumento exorbitante se comparado aos anos de 2011 e 2012. E, embora o número de alunos não ultrapasse a quantidade de participantes em 2010, é certo e visível que houve uma procura considerável, o que por uma hipótese pode-se remeter a necessidade de empreender ou o reconhecimento da importância de empreender.

É extremamente visível também à participação em massa em alguns programas, o que se levará a uma análise dos mesmos para compreender melhor o porquê de tais escolhas.

Programa Nosso Mundo: com 10.171 participantes, o programa é específico para alunos do 7º ano do Ensino Fundamental. Neste, os alunos aprendem aspectos fundamentais e relevantes do comércio global, além de que a maioria dos países são economicamente autônomos, porém, ao mesmo tempo, são interdependentes

comercialmente uns dos outros, estabelecem conexões relacionais nos quais se comunicam de diversas maneiras, aprendem as razões para o comércio internacional e também a diferença entre exportar e importar.

Os alunos também são levados a refletir a respeito da importância das trocas internacionais no mercado global, como também seus benefícios e as complexidades do comércio internacional. Assim como os demais programas, este é desenvolvido em encontros semanais com duração de 45 minutos, são ministrados por pessoas com experiência e que ainda são preparadas pela JA para desenvolver tal função.

Programa Vamos Falar de Ética: 52. 185 participantes. Desenvolvido em turmas do Ensino Médio, este propõe reflexões a respeito dos benefícios de uma conduta na vida pessoal e profissional, contribuindo para melhor compreensão de seu papel como cidadão. O programa é dividido em cinco módulos com aproximadamente 1h/ aula cada módulo.

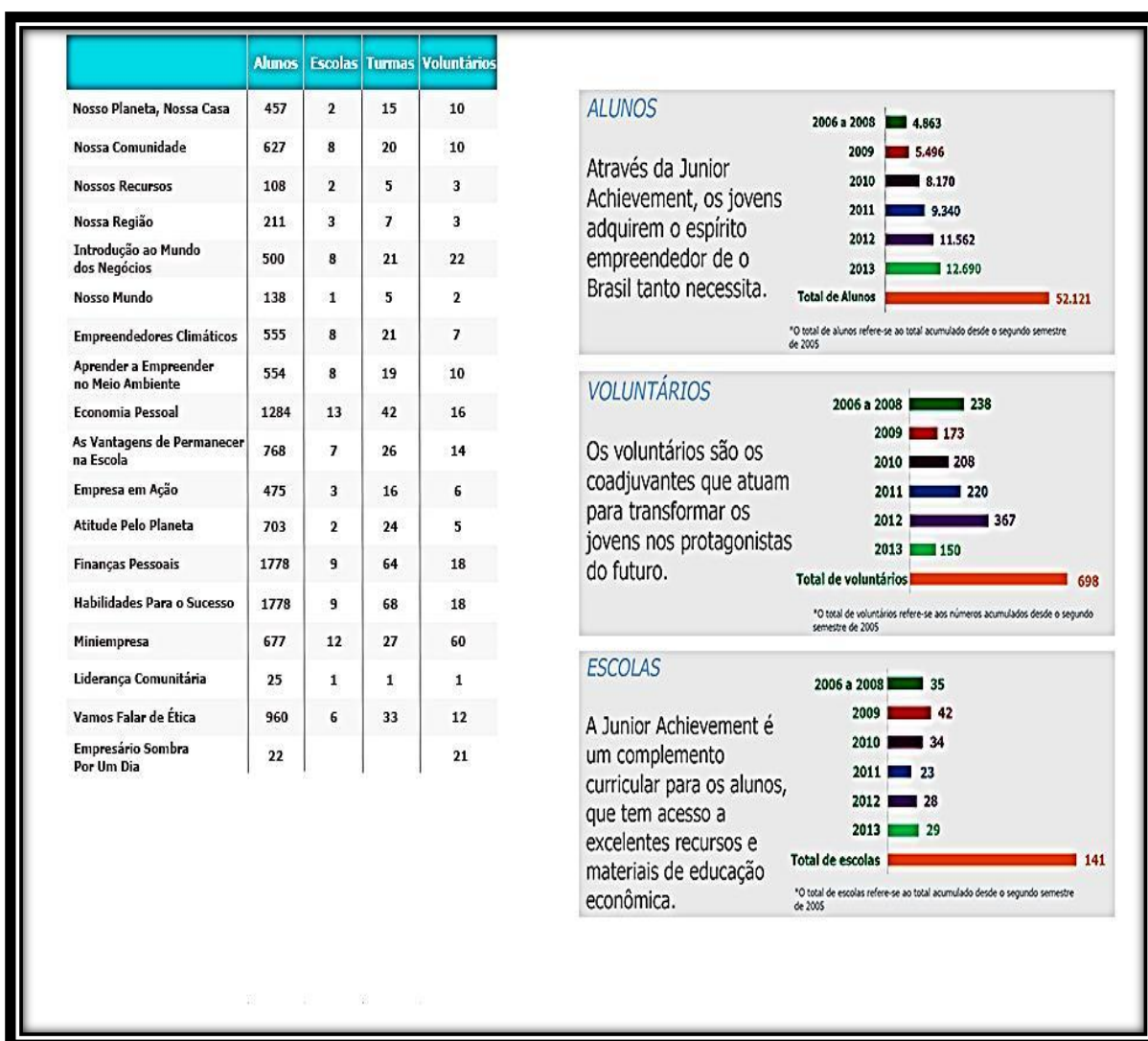
Dessa forma compreende-se que o aluno tem a oportunidade de desenvolver uma postura ética diante das diversas situações que se encontra. Logicamente não aprenderá tudo em cinco módulos, porém, terá uma base mais sólida para prosseguir na busca de conhecimentos associando sempre o que aprendeu na JA Pará com diversos temas transversais trabalhados na escola e situações fora desta atuando com uma postura de cidadão consciente de seu papel na sociedade e em diversos momentos da vida.

Programa Introdução ao Mundo dos Negócios: 29. 410 participantes. Para alunos do Ensino Fundamental da turma de 6º ano, os alunos aprendem a respeito de organização e operação em negócios em um mercado de livre iniciativa. Este é desenvolvido em sala de aula através de 5 encontros de 45 minutos cada. Os ministrantes das atividades são voluntários treinados pela JA.

2.8 O Empreendedorismo no Pará segundo a Junior Achievement

Relembrando que no Estado do Pará a Junior Achievement foi fundada em 2005, os dados apontados na tabela abaixo referenciam a partir do ano de 2006. E, para que haja melhor compreensão, se fará uma análise cautelosa para que não se perca a essência deste trabalho que é falar de empreendedorismo.

Figura 3 - dados numéricos de alunos e escolas beneficiados e voluntários participantes.



Fonte: www.juniorachievementbrasil.org.br

Para começar, notara-se que numa comparação entre as tabelas 4 e 5, os programas desenvolvidos no Brasil em geral, no Estado do Pará no mesmo período não se desenvolveram todos, isto é, os programas além de selecionados, são aplicados de acordo com a disponibilidade dos mesmos e de voluntários e também de recursos financeiros disponíveis, uma vez que os alunos e as escolas não tem despesas nenhuma para o desenvolvimento dos mesmos.

Segundo a Presidente Executiva da JA Pará em Belém, leva-se em consideração nesse processo a necessidade detectada pela JA Pará, isto é, após o levantamento realizado na escola e o local onde está situada, procura-se sempre trabalhar de forma que o aluno possa naquele mesmo local identificar uma oportunidade de desenvolver uma atividade que venha lhe trazer um resultado positivo, melhoria na qualidade de vida e possibilidades de construção de futuro promissor através do empreendedorismo.

Entretanto, diante do exposto, não significa que os demais programas não possam ser desenvolvidos, pelo contrário, de acordo com a clientela atendida, disponibilidade de

programas e recursos financeiros, far-se-á a adesão e seleção dos quais são mais urgentes, necessários e/ou propícios para aquela realidade.

Diz-se isso, pelo fato de que a JA dispõe de programas específicos para turmas do ensino fundamental ao ensino médio. Então, de acordo com a clientela atendida, será a seleção dos programas. O Programa Conectado com o Amanhã, por exemplo, é específico para alunos do ensino médio, então, se a escola onde estão sendo desenvolvido as atividades atender somente ao ensino fundamental, este não poderá ser trabalhado.

Numa segunda análise observa-se o número de escolas que foram beneficiadas com os programas de empreendedorismo da JA Pará. Detecta-se que entre os anos de 2010 e 2011, há um decréscimo em relação a 2009. E, embora em 2012 e 2013 esse quantitativo aumente, não alcança a mesma proporção de 2009 de escolas participantes. Segundo relatos da presidência Executiva da JA Pará, algumas vezes esse quantitativo diminui devido o quantitativo de recursos que também sofrem déficit. E, para se manter, a organização necessita de doações. É importante informar que algumas escolas repetem sua participação no decorrer dos anos.

Outro ponto a ser analisado refere-se ao número de voluntários. Analisando os anos de 2009 até 2012, notou-se um aumento em relação ao número de pessoas que doam parte de seu tempo e contribuem para o desenvolvimento do comportamento empreendedor através da formação empreendedora. Ao chegar o ano de 2013, o número de voluntários diminui em relação aos anos citados.

Entretanto, quando se analisa o quantitativo de alunos que recebem essa formação, notou-se que este número aumenta a cada ano. E, embora o aumento do número de voluntários e de escolas nem sempre seja positivo, o número de alunos supera essa diminuição através da demanda que busca o conhecimento empreendedor. Se há aumento, entende-se que pode ser uma necessidade de empreender para realização pessoal, desejo de ser um profissional diferenciado e atuar de forma inovadora por meio de um planejamento onde estabeleça metas e objetivos a curto, médio e longo prazo.

Considera-se nesse contexto também a necessidade de poder, não no sentido de querer “aparecer” ou “mostrar que tem”, mas no sentido de ser autoconfiante, acreditando em sua capacidade, poder de persuasão, saber o momento certo para agir, ter ao seu lado as pessoas certas como instrumentos que o levem a realização de suas buscas.

Nesse sentido, corrobora-se com o exposto na tabela 1, onde estão explicitadas segundo McClelland (1972) apud Monteiro et al., (2016), as três necessidades que motivam o ser humano a empreender.

É relevante comentar que na tabela 5, dentre os programas desenvolvidos é observável que alguns são mais frequentados que outros. E, para compreender o porquê de tais, irá se discorrer um pouco nos mesmos buscando entender de sua essência.

Programa Miniempresa, com 677 participantes. Exclusivo para alunos do Ensino Médio, especificamente para o 2º ano, os alunos vem a ter sua experiência prática em economia e negócios, pois organizam e operam uma empresa. As atividades são desenvolvidas em 15 semanas com jornada semanal de 3h e 30 minutos, onde geralmente realizam-se os encontros no turno da noite.

Esse programa é acompanhado por quatro profissionais voluntários das áreas de marketing, finanças, recursos humanos e de produção. Os alunos aprendem conceitos de mercado, comercialização, enfim, são orientados a respeito dos fundamentos da economia de mercado e da atividade empresarial através do método aprender-fazendo, isto é, cada aluno se torna um mini empresário.

Programa Atitude pelo Planeta: 703 participantes. Característico para alunos do Ensino Médio, ao longo do processo de aprendizagem, de forma lúdica são abordados diversos assuntos, porém voltados para a busca da sustentabilidade em nossa sociedade, com o intuito de atingir o equilíbrio de objetivos sociais, ambientais e econômicos, preservando sempre os recursos do planeta para o futuro. Por meio de atividades e ações relacionadas ao exercício da cidadania, o programa apresenta e desenvolve conceitos voltados para o desenvolvimento sustentável e a sustentabilidade, que são de suma relevância para o futuro do planeta.

Programa Finanças Pessoais: 1.778 participantes. Este programa também é específico para alunos do Ensino Médio. Demonstra ao mesmo o valor do planejar, a importância de estabelecer metas e das tomadas de decisões dentro do contexto das finanças pessoais. O aluno aprende a como utilizar o dinheiro para realizar seus objetivos futuros, preparar-se para as “armadilhas” financeiras, entre outros.

Programa Habilidades para o Sucesso, com 1.778 participantes. Específico para o Ensino Médio, o programa dispõe de aulas que preparam os alunos para o mercado de trabalho e perspectivas de carreiras. Quem atua no desenvolvimento das atividades são voluntários do mundo empresarial, ou seja, alguém com experiência que visa somar junto a equipe de aprendizes. No decorrer das aulas, os mesmos vão mostrando as habilidades adquiridas ao longo do processo.

CAPÍTULO 3

3.1 MÉTODO DE PESQUISA

“Metodologia é o estudo da organização, dos caminhos a serem percorridos, para se realizar uma pesquisa ou um estudo, ou para se fazer ciência. Etimologicamente, significa o estudo dos caminhos, dos instrumentos utilizados para fazer uma pesquisa científica” (GERHARDT; SILVEIRA. 2009, p. 12). Conforme, Oliveira para se chegar ao conhecimento científico é necessário se utilizar o método, que conforme Gil (1999) é o conjunto de procedimentos e regras selecionados e utilizados pelo pesquisador para análise de uma situação específica.

“Assim, o método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo – conhecimentos válidos e verdadeiros -, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista (Marconi & Lakatos, 2003, p. 83). Dessa forma, o método de pesquisa é inerente para dá maior confiabilidade nos caminhos percorridos na pesquisa e segurança nos resultados. Assim, este capítulo tem por objetivo apresentar a estrutura da pesquisa, a população e local, coleta de dados e apresentação dos dados.

3.2 ESTRATÉGIA DA PESQUISA

De acordo, com Oliveira (2011), a partir do momento que o homem começa a questionar respostas dadas a partir de explicações mitológicas, vindas de emoções e crenças e vai à busca de algo mais concreto, racional, começa-se a obter respostas mais próximas da realidade, e talvez, por esse motivo, sejam mais aceitas pela sociedade. A partir de então, a visão filosófica para responder ou questionar a realidade possibilita o surgimento da idéia de se fazer ciência, e explicar os acontecimentos por meio da razão, foi o primeiro passo para tal. Segundo GERHARDT & SILVEIRA (2009) a pesquisa começa quando surge uma dúvida, uma pergunta. Pesquisar é buscar uma resposta para alguma coisa. Neste momento a pesquisa será classificado seguindo as seguintes subdivisões:

Quanto aos objetivos da pesquisa, esta é exploratória e descritiva.

De acordo, com Santos (2009), a pesquisa exploratória objetiva a familiarização com um assunto que pouco se conhece, e ao final se terá um conhecimento mais amplo e estará apto para construir hipóteses. Contudo, Tognetti (2006) diz que este tipo de pesquisa propõe uma aproximação com o tema, conhecimento dos fatos e fenômenos relacionados ao tema e recuperação de informações disponíveis. Pode ser feita através de levantamentos bibliográficos, entrevistas com profissionais da área, visitas à instituições, empresas, etc. web sites, etc.

Quanto à descritiva, segundo Gil (2008) apud Gil 2008, o objetivo desta pesquisa é descrever as características de uma população específica, fenômeno ou experiência. Conforme Santos, a pesquisa descritiva se diferencia da exploratória pelo fato de o assunto pesquisado já ser conhecido.

No que concerne ao procedimento técnico, optou-se pelo estudo de caso. De acordo com Bandeira (2012, p. 5), o estudo de caso “Consiste em uma pesquisa descritiva, que visa estudar um caso particular ou um sistema determinado, buscando o entendimento ou compreensão do funcionamento ou da evolução deste caso ou sistema, sem visar a generalização deste entendimento para outros casos ou sistemas”. Segundo Gil (2008), consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento. Desta forma, entende-se que esta melhor se enquadra na pesquisa realizada por se trabalhar um caso específico.

Quanto à natureza da pesquisa, optou-se pelos métodos mistos, ou seja, qualitativos e quantitativos. “A **pesquisa qualitativa** se preocupa com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e na explicação da dinâmica das relações sociais”. (FONSECA, 2002, p.20). Quanto à pesquisa quantitativa, esta pode ser quantificada. Esse tipo de pesquisa recorre aos cálculos matemáticos para descrever as causas de um fenômeno. Conforme Fonseca (2002), se utilizados as duas naturezas na pesquisa, é possível obter informações mais precisas do que se obteria com uma apenas.

Dessa maneira, optou-se pelos métodos mistos por se compreender a possibilidade de obtenção de um resultado mais preciso e detalhado ao final da pesquisa. Será possível analisar não só o fenômeno como o resultado deste para a sociedade. Por fim, escolheu como locus para realização o estudo de campo. Conforme Gil (2008), o estudo de campo procura o aprofundamento de uma realidade específica. É basicamente realizada por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar as explicações e interpretações do que ocorrem naquela realidade.

Dessa forma e seguindo esses critérios, o trabalho tomara forma e proporção de alcance que consiga responder aos questionamentos propostos.

3.3 LOCAL E POPULAÇÃO

Em se tratando do local onde se realizou a pesquisa, segundo Tognetti (2006), é onde acontece o fato, fenômeno ou processo. Nesse sentido, o local de pesquisa foi a Junior Achievement, em Belém do Pará, no ano de 2016, e para melhor compreensão da

situação em questão, coletou-se dados do Brasil em geral e posteriormente especificamente de Belém e região Metropolitana do Pará.

Quanto a população, pelo fato de se trabalhar com programas que são iniciados e concluídos em diferentes momentos, utilizou-se o número de 2.917 correspondentes ao primeiro semestre de 2016 onde se pesquisou como ocorre o desenrolar das atividades da JA. Porém, ao que concerne aos resultados utilizados, trabalhou-se com um quantitativo de 60 alunos. Justifica-se tal pelo fato de esse grupo já ter participado de várias atividades no decorrer do Programa e especificamente do Miniempresa, que prepara o aluno de forma mais completa para atuar no mercado de trabalho. Estes programas são desenvolvidos em escolas de ensino fundamental e médio nos três turnos quando necessários.

3.4 FONTES DE INFORMAÇÃO

Neste estudo utilizou-se como fonte de informação a observação assistemática, a entrevista informal, a coleta de dados e o estudo de caso. Para melhor compreensão, irá se esclarecer cada um destes. Observação:

É uma técnica que faz uso dos sentidos para a apreensão de determinados aspectos da realidade. Ela consiste em ver, ouvir e examinar os fatos, os fenômenos que se pretende investigar. A técnica da observação desempenha importante papel no contexto da descoberta e obriga o investigador a ter um contato mais próximo com o objeto de estudo (GERHARDT; RAMOS; RIQUINHO & SANTOS, 2009. p. 74). Neste sentido, a observação é um instrumento que visa contribuir para o aprimoramento da pesquisa por permitir examinar os detalhes do que está sendo investigado de perto. E, quanto ao tipo de observação, trabalhar-se-á com a assistemática.

“O pesquisador permanece abstraído da situação estudada, apenas observa de maneira espontânea como os fatos ocorrem e controla os dados obtidos. Nessa categoria, não se utilizam meios técnicos especiais para coletar os dados, nem é preciso fazer perguntas diretas aos informantes”. (GERHARDT et al., 2009, p. 74)

Optou-se por esse tipo de observação pelo fato de o pesquisador poder ficar mais a vontade para coletar os dados em seus mínimos detalhes e não participa do fenômeno, mas não fica alheio ao seu desenrolar. Outro aspecto importante e que complementa a observação assistemática é a entrevista informal.

Esta constitui uma técnica alternativa para se coletarem dados não documentados sobre determinado tema. É uma técnica de interação social, uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca obter dados, e a outra se apresenta

como fonte de informação. A entrevista pode ter caráter exploratório ou ser uma coleta de informações. A de caráter exploratório é relativamente estruturada; já a de coleta de informações é altamente estruturada. (GERHARDT et al., 2009, p. 72).

Esta é tão fundamental como todas as outras fontes de informação, pois coleta dados que não possuem documentos que comprovem, porém, que existem. É um tipo de interação muito eficaz entre pesquisador e informante. Ela pode ser de caráter exploratório ou não.

É geralmente utilizada em estudos exploratórios, a fim de possibilitar ao pesquisador um conhecimento mais aprofundado da temática que está sendo investigada. Pode fornecer pistas para o encaminhamento da pesquisa, a seleção de outros informantes, ou mesmo a revisão das hipóteses inicialmente levantadas (GERHARDT et al., 2009, p. 72).

A entrevista informal ao lado da observação assistemática é outro fator que possibilita a busca por informações a respeito do fenômeno estudado de maneira mais profunda, pois pode fornecer informações que contribuem para o melhor encaminhamento da pesquisa em questão, ir a busca de pessoas que podem contribuir com informações mais precisas, enfim, até a revisão das hipóteses levantadas. E quanto ao procedimento técnico, optou-se pelo estudo de caso.

Um estudo de caso pode ser caracterizado de acordo como um estudo de uma entidade bem definida como um programa, uma instituição, um sistema educativo, uma pessoa, ou uma unidade social. Visa conhecer em profundidade o seu “como” e os seus “porquês”, evidenciando a sua unidade e identidade próprias. É uma investigação que se assume como particularística, isto é, que se debruça deliberadamente sobre uma situação específica que se supõe ser única em muitos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais essencial ou característico. (FONSECA, 2002, p. 33)

Compreende-se assim que, esse tipo de pesquisa possibilitará um conhecimento mais aprofundado permitindo a identificação de aspectos tanto positivos quanto negativos e em sua essência que possibilitarão não apenas conhecer mais do assunto em questão como compreender de que forma o mesmo interfere na realidade da sociedade.

Segundo Stakes (1966), apud Bandeira (2012), existem três tipos de estudo de caso: Intrínseco, instrumental e o coletivo. Enquanto o primeiro estuda um caso em particular, mas não busca compreender o fenômeno, o terceiro estuda mais de um caso um a um. Portanto, optou-se pelo estudo de caso instrumental por se estudar um caso específico e visar compreender o fenômeno de modo amplo e em sua essência.

O estudo de caso por mais que seja limitado quanto a alguns fatores, permite se conhecer o que está sendo pesquisado com amplitude e particularidade, fornecendo informações a respeito do tema que talvez antes não eram vistas. Dessa forma, possibilitará, quem sabe, um possível estudo diferenciado para que se possa intervir dependendo da situação.

3.5 COLETA DE DADOS

“O pesquisador procura obter informações da realidade recorrendo a instrumentos de pesquisa. Os instrumentos de pesquisa devem ser selecionados levando em consideração o que se pretende coletar e verificar” (Fonseca, 2002, p. 57). “Ao longo dessa etapa, várias informações são, portanto, coletadas. Elas serão sistematicamente analisadas na etapa posterior. Conceber essa etapa de coleta de dados deve levar em conta três questões a serem respondidas: O que coletar? Com quem coletar? Como coletar?” (GERHARDT, 2009, p. 56)

Quanto ao primeiro refere-se aos dados coletados, ou seja, se são relevantes ou não. O segundo trata-se do campo escolhido, espaço geográfico e social e por último trata-se dos instrumentos utilizados para coletar as informações necessárias e assim obter o que se pretende. Nesse trabalho utilizou-se como instrumento a observação assistemática, entrevista informal e coleta de documentos.

3.6 APRESENTAÇÃO DOS DADOS

Após a conclusão da coleta de dados, objetivando melhorar a compreensão e interpretação dos mesmos, adaptaram-se a organização das tabelas como forma de mostrar os resultados de maneira decrescente e proporcionar a percepção dos aspectos mais relevantes no processo, somou-se a estas os gráficos que configuram a contribuição e se existem aspectos positivos ou não em relação ao que se trata no trabalho em questão. Esse estudo delimitou-se somente aos participantes dos cursos da Junior Achievement.

CAPÍTULO 4- RESULTADOS DA PESQUISA

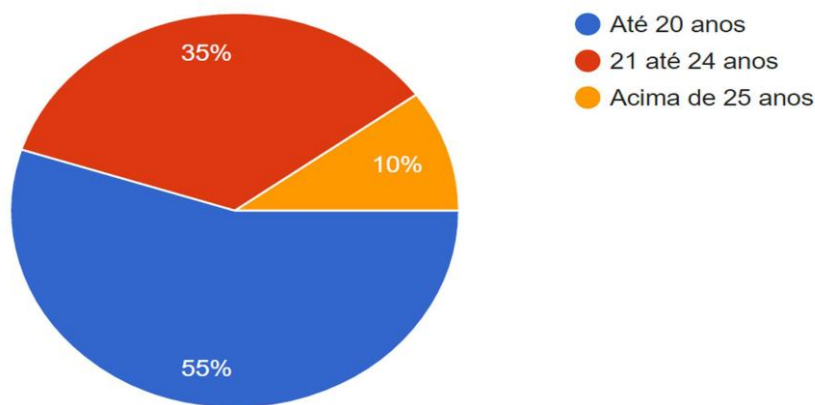
No decorrer deste trabalho muito já se abordou de empreendedorismo e aspectos de como o mesmo pode influenciar o futuro daqueles que decidem empreender. Seja como produto ou serviço, o empreendedor apresenta características que não são comuns a todos os homens. São características que os levam ao crescimento que direta ou indiretamente causam um efeito na sociedade na medida em que geram emprego e renda, além do contraste social que pode ser desenvolvido pelo empreendedor trazendo benefícios a toda uma comunidade.

Os dados expostos em todos os gráficos referem-se ao levantamento realizado pela própria JA Pará com alunos que participaram do Programa Miniempresa, desenvolvido em turmas de ensino médio e realizado por voluntários da Junior Achievement. Justifica-se este pelo fato de ser um programa que oferece uma formação mais completa do mundo dos negócios aos participantes. Estes criam sua própria empresa (sem CNPJ) e tem a oportunidade de atuar diretamente no funcionamento desta e na prática a função de cada sócio e como atuar para que seu negócio cresça, seja reconhecido e aceito na sociedade além de aprender com as incertezas e competitividade do mercado.

De acordo com a JA Pará, a participação neste incentiva o início de uma carreira profissional ensinando as bases que os adolescentes precisam para tal e complementa o que já fora desenvolvido em programas anteriores. Os dados foram coletados a partir de um levantamento realizado com 60 alunos participantes do Miniempresa. Ressalta-se que esse quantitativo não fora maior devido muitos ex-achievers não manterem seus endereços atualizados, o que impossibilitou encontrá-los e outros ex-achievers por motivos pessoais não poderem está contribuindo com a pesquisa. Todos os dados estão disponíveis no site da Junior Achievement. Embora o número seja pequeno, notara-se que os resultados apontam aspectos positivos.

4.1 Caracterização dos ex-achievers participantes

Gráfico 1 - Idade

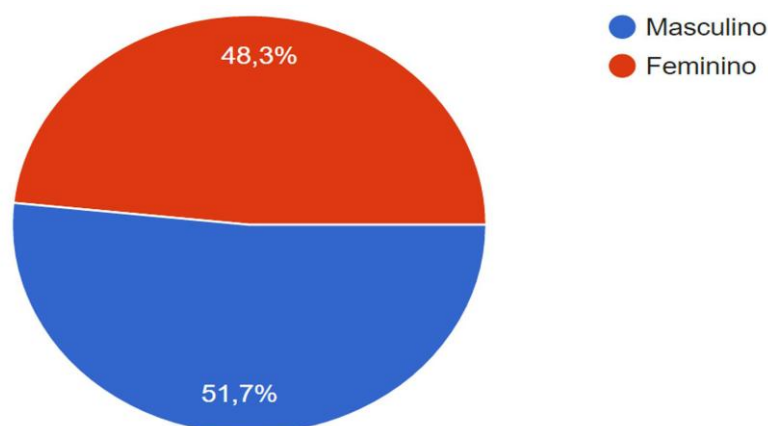


Fonte: www.juniorachievementbrasil.org.br/japara

Inicialmente tem-se do total de participantes em sua maioria jovens até vinte anos, o que significa desde cedo pessoas buscando conhecimento para atuar e competir no mercado. Porém, considera-se que embora ainda sejam novos, quanto mais cedo se iniciar o desenvolvimento e a aprendizagem da formação empreendedora, mais preparados estarão para o futuro profissional. Na maioria das vezes esses alunos já vêm participando de programas de empreendedorismo na escola. E, é importante salientar que o aluno não é obrigado a participar de tais. Se participam, é porque percebem que de alguma forma aquele conhecimento fará diferença em sua vida, seja ela pessoal ou profissional.

Outro ponto que não pode passar despercebido refere-se aos alunos que participaram do ME, pois 45 % são acima de vinte anos de idade. Esses alunos são geralmente do turno da noite. Muitos deles já desenvolveram alguma atividade que lhe garante alguma renda, e também, a própria idade já pede que o aluno frequente o turno da noite, pois a legislação do Brasil exige isso.

Gráfico 2 - Gênero



Fonte: www.juniorachievementbrasil.org.br/japara

Desse total de participantes, a maior parte é do sexo masculino, porém com uma pequena diferença em relação ao sexo feminino. A partir desse resultado, considera-se que essa pequena diferença entre homens e mulheres na busca pelo conhecimento e principalmente na busca pelo empreender, é louvável para o sexo feminino, pois como se sabe diante dos aspectos históricos da inserção da mulher no mercado do trabalho, ainda no século XXI, em uma era de conhecimento e informação, não é fácil para que esta consiga se inserir e permanecer no mesmo. Não comentar-se-á a respeito aqui para não fugir de nosso foco.

Conforme retrata o relatório do GEM, a maioria dos países apresenta um quantitativo masculino maior na criação de novos empreendimentos, e, as exceções a estes resultados estão no Brasil e México, países que apresentam as taxas mais equilibradas quanto a criação de novos empreendimentos propostos por homens e mulheres.

No Brasil a TEA é de 19,9 % para mulheres e 19,2 % para homens o que pode ser considerado uma distribuição bastante equilibrada. Este dado demonstra a importância das mulheres para a formação da TEA e é coerente com dados anteriores, pois nos anos de 2013 e 2015 as diferenças entre as taxas masculina e feminina foram de 0,2 e 1,4 pp (pontos percentuais) respectivamente. (Empreendedorismo no Brasil 2016, 2016. P. 36).

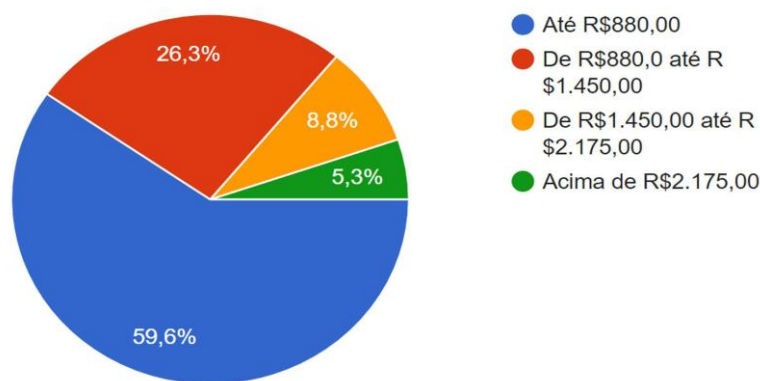
Embora, o resultado apresentado no gráfico 1 não se relaciona com a TEA (Taxa de Empreendedorismo Inicial), se considerarmos o envolvimento da mulher com o mundo do empreendedorismo, pode-se detectar que a busca por conhecimento diferenciado é visível tanto para as empreendedoras que iniciaram um negócio conforme o GEM, como para aquelas que estão adquirindo conhecimento para entrar no mercado de trabalho. Se formos confrontar os dados do GEM com os dados da Junior Achievement, notara-se que um corrobora com o outro, no sentido de que ambas as pesquisas mostram a determinação da mulher para conquistar seu lugar na sociedade.

Este dado mostra que as mulheres brasileiras conseguem criar novos negócios na mesma proporção que os homens, porém enfrentam mais dificuldades para fazer seus empreendimentos prosperarem. Tal fenômeno pode estar associado às condições relatadas pelas empreendedoras brasileiras como: preconceito de gênero; menor credibilidade pelo fato de o mundo dos negócios ser mais tradicionalmente associado a homens; maior dificuldade de financiamento; e dificuldades para conciliar demandas da família e do empreendimento. Esta situação aponta para a necessidade de maior investimentos para dar suporte às empreendedoras, visando equilibrar o TEE. (Empreendedorismo no Brasil 2016, 2016. P. 37)

As entrelinhas acima nos mostra um outro fator concernente ao envolvimento da mulher com o empreendedorismo. Apesar dos aspectos positivos, o GEM também informa a dificuldade que essas mesmas mulheres enfrentam para conseguirem prosperar com seus empreendimentos destacando uma série de fatores. Essas dificuldades são mais visíveis e podem ser melhor analisadas quando se observa os resultados da TEE (Taxa de Empreendedorismo Estabelecido), pois de acordo com o GEM (2016), a TEE para homens é de 19,6 enquanto que para mulheres é de 14,3, o que mostra como ainda é estarrecedor a diferença entre homens e mulheres que conseguiram se estabelecer no mercado de trabalho.

Diante do exposto, esse quantitativo de pessoas do sexo feminino mostra que a busca pelo conhecimento, este visto como a possibilidade de mudança e melhoria da qualidade de vida, independência financeira e realização pessoal pode levar cada vez mais mulheres a traçarem caminhos que a conduzam a sua auto-realização e liberdade. E, embora o número de alunos que responderam as perguntas seja pequeno, o resultado mostra uma mudança de mentalidade ou até mesmo movidas pela necessidade, aos poucos a mulher luta para mudar sua realidade. Pode-se dizer que isso é sinal de esperança, inconformismo, maturidade, sensibilidade para melhorar sua vida e de quem está ao seu redor, enfim, é um ato de coragem.

Gráfico 3 - Renda



Fonte: www.juniorachievementbrasil.org.br/japara

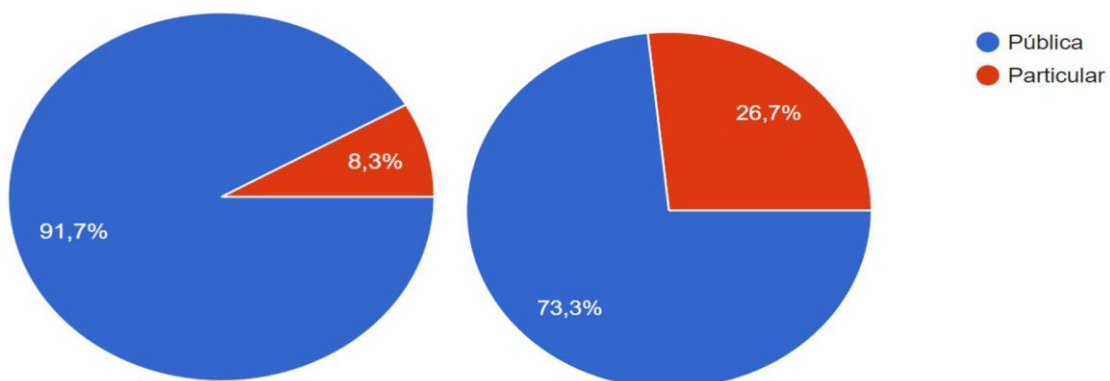
Nesse momento, a análise parte para o impacto financeiro na vida do empreendedor. Vale salientar que nem todos os que responderam estão desenvolvendo algum tipo de atividade remunerada. Muitos já desenvolveram e atualmente não desenvolvem mais. Assim, responderam consoante o valor que recebiam quando trabalhavam.

E, quanto ao salário, 59,6% recebe até um salário mínimo, ou seja, o valor recebido pela maioria não passa de um salário e muitos não recebem o salário completo, fato este que não foi justificado na pesquisa. Uma parte representada por 26,3% recebe entre um salário à um salário e meio com um mínimo acréscimo que supera o salário e meio, 8,8% estão no grupo que recebe entre um salário e meio à acima de dois salários chegando a quase dois salários e meio. Por uma diferença de R\$ 25,00 é que não completa os dois salários e meio. Em último lugar ficou um grupo relativamente pequeno representado por 5,3 % os que ganham acima de dois salários mínimos e meio. Porém, não foi divulgado o valor máximo mensal desses trabalhadores.

É interessante analisar a variação de salário entre os entrevistados, na medida em que o salário recebido vai aumentando, o número de pessoas que recebem esse salário vai diminuindo. A pesquisa não justifica os motivos que levam a essa variável. Porém, com base no que já fora estudado, pode-se apresentar algumas hipóteses para tal como: as horas de trabalho diárias; a função desenvolvida na empresa, organização ou repartição; trabalhador autônomo; estágio etc.

Embora o número de entrevistados seja relativamente pequeno, não podendo em momento algum generalizar uma resposta para possíveis dúvidas, pode-se concluir que os resultados são satisfatórios pelo fato de se perceber uma busca por novos caminhos que propiciem uma melhor preparação para o mundo dos negócios. Os resultados nos mostram jovens que buscam novos horizontes de maneira formal, ou seja, através de um emprego conquistado pela sua habilidade profissional, conhecimento, responsabilidade, compromisso, ética e preparação profissional por meio de cursos de qualificação que lhe permitiram isso.

Gráfico 4 - Tipo de escola que cursou o E. M. Tipo de instituição do último grau de escolaridade



Fonte: www.juniorachievementbrasil.org.br/japara

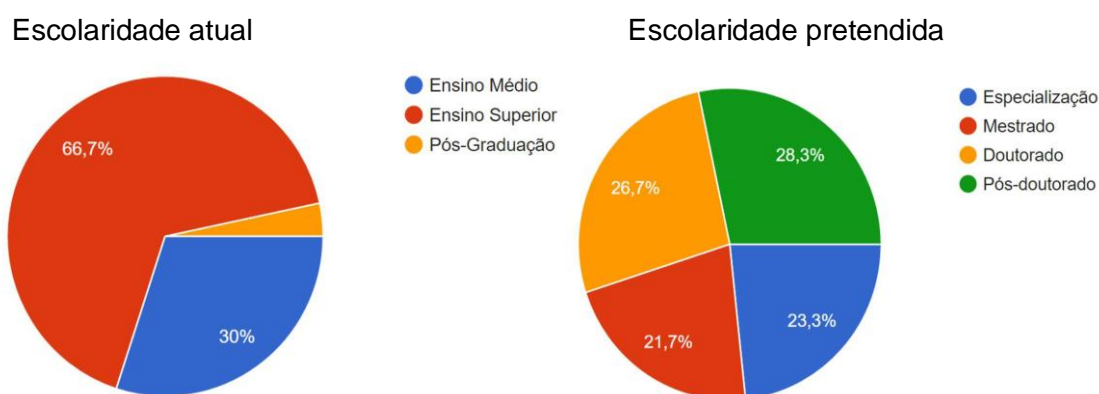
Do quantitativo analisado, a maioria cursou a maior parte de seu ensino médio em escola pública, isto é, 91,7 % e somente 8,3 % cursaram em escolar privada. Porém, ao freqüentar o último ano escolar deste, a opção pela escola privada aumentou em 18,4 %, fato que não fora justificado no levantamento realizado.

Embora não se saiba os reais motivos que levaram ao aumento de alunos a freqüentarem escola particular no último ano do ensino médio, movida pela experiência da sala de aula, arrisca-se a dizer que um dos motivos que leva ao aluno optar pela escola particular justifica-se pelo desejo de ser aprovado num processo seletivo e garantir uma vaga na universidade, ou seja, a tão sonhada aprovação no vestibular.

Justifica-se tal resposta pelo fato de que no Brasil ser aprovado no vestibular é uma oportunidade para poucos, pois a política pública educacional do país não favorece aos alunos que buscam formação e qualificação, tanto que as vagas que as universidades oferecem são mínimas em relação a quantidade de candidatos inscritos. É importante salientar que os vestibulares para universidades públicas ocorrem no segundo semestre e para que o aluno da escola pública concorra com os alunos da escola particular ele precisa está preparado para tal, do contrário, suas chances serão mínimas.

Vivo em uma realidade onde muitas escolas públicas iniciam o ano letivo no quarto mês do ano, enquanto as escolas privadas no primeiro mês. Muitas dessas escolas públicas passam metade do ano com falta de professores de determinadas disciplinas e só quase no final do ano em curso há pouco tempo do final do ano letivo que ocorre entre o segundo e o terceiro mês do ano seguinte é apresentado um professor que passa as duas últimas avaliações e dobra a nota para as duas primeiras. Por aí já se percebe a qualidade do ensino oferecido e porque muitos alunos procuram as escolas particulares. Ademais, temos professores desmotivados pelos salários, péssimas condições de trabalho, grandes quantidades de alunos numa mesma sala, enfim, toda uma política desfavorável.

Gráfico 5 - Caracterização dos ex-achievers participantes



Fonte: www.juniorachievementbrasil.org.br/japara

Desses alunos que participaram do Miniempresa, a maior parte já se encontra cursando nível superior, isto é, 66,7 % o que é de suma relevância, pois demonstra o inconformismo com a sua realidade e o ideal de melhorar, buscar, conhecer, qualificar e criar estará sendo ampliado dentro da universidade por meio do conhecimento sistematizado. Um quantitativo menor representado por 30 % ainda encontra-se no ensino médio.

Entende-se dessa forma que estudar é essencial para o desenvolvimento das habilidades empreendedoras. O empreendedor não deve pensar que sabe tudo. “Sem dúvida ele precisa de um sistema educacional efetivo, que o prepare de forma real (teórico e prática), que o oriente de maneira concreta para exercer bem a gestão empreendedora”. (MIRSHAWKA, 2004, p.24). Confirma-se, então, a inerência do fator educacional como parte do desenvolvimento de um empreendedor, pois ainda conforme Mirshawka (2004, p. 24), “ele deve ir atrás do conhecimento, das informações, em suma, da educação”, o que significa que por meio dela o empreendedor estará mais preparado para as adversidades do mercado competitivo.

Seguramente, o principal problema do empreendedorismo é a formação do “capital humano”, e neste sentido devem ser mudados os programas até mesmo de ensino básico, para que seja ensinado aos alunos como podem se tornar empreendedores desde os anos iniciais de estudo, ou pelo menos no 2º grau. (MIRSHAWKA, p. 67, 2004)

Corroborar-se com o autor no sentido de que a falta da formação empreendedora pode ser uma pedra do caminho do desenvolvimento, e para se reverter essa situação é necessário mudar o sistema e a política educacional do Brasil, onde se tenha acesso a formação empreendedora desde a educação básica ou pelo menos nos anos finais do ensino médio, para que o aluno compreenda o que realmente é empreender. Porém, para se trabalhar apenas os anos finais de estudos, pensa-se que essa formação deveria ser bem delineada para que o aluno aprenda além da noção do empreender: aprenda sua relevância na economia do país ao gerar emprego e renda e de que forma o empreendedorismo pode está mudando sua realidade.

Nesse processo entende-se que não pode ser esquecido a função social do empreendedorismo. Compreende-se que gerar emprego e renda é consequência do empreender e essencial para o desenvolvimento do país, porém identificar uma oportunidade que traga soluções para problemas da coletividade também é importante. Isso não quer dizer que o empreendedor social não ganhará por isso, mas que atuará atendendo a necessidade de um grupo maior e ao mesmo tempo gerando lucro. Ainda assim, nessa

forma de empreender o empreendedor pode desenvolver algo sem custos financeiros para a comunidade.

Um fator deve ser levado em consideração nesse levantamento: as pretensões estudantis como perspectivas para o futuro. Observa-se nos resultados um equilíbrio no que se refere a escolaridade pretendida. Nenhum dos entrevistados pretende concluir somente a graduação. Em geral existe uma perspectiva de seguir para uma especialização prosseguindo até um pós-doutorado.

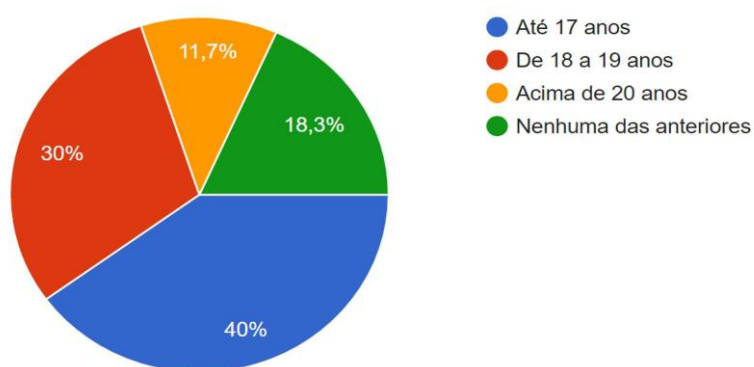
É inerente frisar que apesar de o aluno está cursando nível superior, no caso do Brasil, dependendo da área que está em processo de formação, não quer dizer que ele está aprendendo também de empreendedorismo, pois a política brasileira ainda não dispõe de pressupostos que assegurem esse tipo de conhecimento e de formação ao aluno.

Nas entrelinhas anteriores a essas, tem-se algumas informações relevantes quanto ao perfil de um empreendedor, e dentre eles está à necessidade de estudar, ou seja, o empreendedor não se conforma com o que já aprendeu, mas, busca acompanhar as mudanças junto a sociedade.

Diante disso, quanto aos que não pretendem prosseguir seus estudos depois de concluir sua pós-graduação, pode ser que tenham um futuro duvidoso. Agora, apesar de declararem que não pretendem seguir numa formação acadêmica, não quer dizer que não frequentarão cursos de qualificação e capacitação profissional. Em relação a estes últimos não foram coletados dados.

Gráfico 6 - Vida profissional

Idade do 1º emprego/estágio



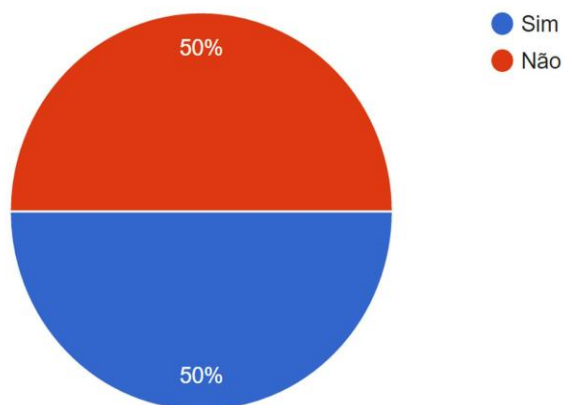
Fonte: www.juniorachievementbrasil.org.br/japara

Em se tratando do primeiro vínculo empregatício, seja com um emprego propriamente dito ou uma oportunidade de estágio, 40% conseguiu até a idade de 17 anos, e estima-se que esse resultado seja significativo, na medida em que ainda na adolescência

assumem essa responsabilidade que ajudará no desenvolvimento intelectual, profissional que contribuirá para seu crescimento. Outra parcela de 30% conquistaram seu primeiro emprego de 18 a 19 anos e 11,7% após os 20 anos de idade. Os demais alunos até o momento ainda não realizaram nenhum tipo de atividade remunerada.

Partindo dos dados obtidos, embora nem todos tenham alcançado resultado positivo no sentido de desenvolver alguma atividade remunerada em relação ao que aprenderam e desenvolveram no decorrer das aulas, pode-se considerar que o quantitativo que conseguiu exercer algum tipo de atividade é positivo, pois seja de forma direta ou indiretamente, já se inseriram e estão inseridos no mercado de trabalho.

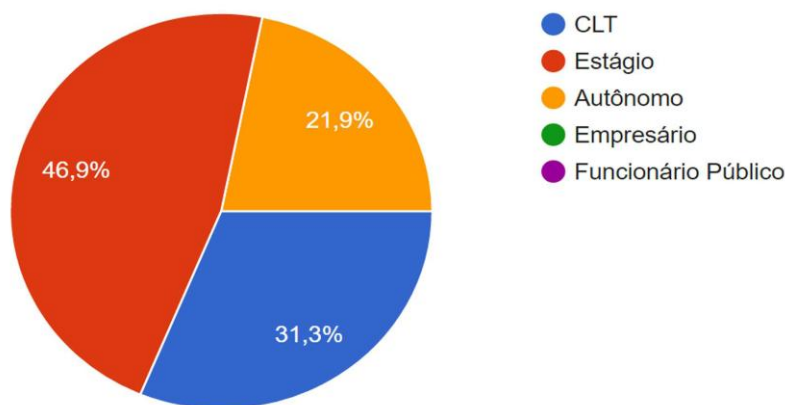
Gráfico 7 - Está trabalhando no momento?



Fonte: www.juniorachievementbrasil.org.br/japara

Partindo da análise de vínculo empregatício atual, leva-se em consideração que 50 % do grupo encontra-se desenvolvendo uma atividade remuneratória, colocando em prática suas habilidades empreendedoras tendo a oportunidade de crescer no ramo em que atua e proporcionar o crescimento da empresa onde trabalha desenvolvendo suas atividades com eficiência, compromisso, responsabilidade e foco, elementos essenciais em um empreendedor.

Gráfico 8 - Vínculo empregatício*



Fonte: www.juniorachievementbrasil.org.br/japara

Dos 50 % que se encontra trabalhando no momento, 31,3 % tem carteira assinada, isso significa certa “estabilidade” no sentido de o adolescente ou jovem disponibilizar de recursos para investir em sua formação. Ao mesmo tempo não se pode ignorar o fato de que com base nos salários recebidos analisados em um gráfico acima, não considera-se o suficiente para sobreviver e investir em si próprio buscando novos conhecimentos que produzam novos mercados.

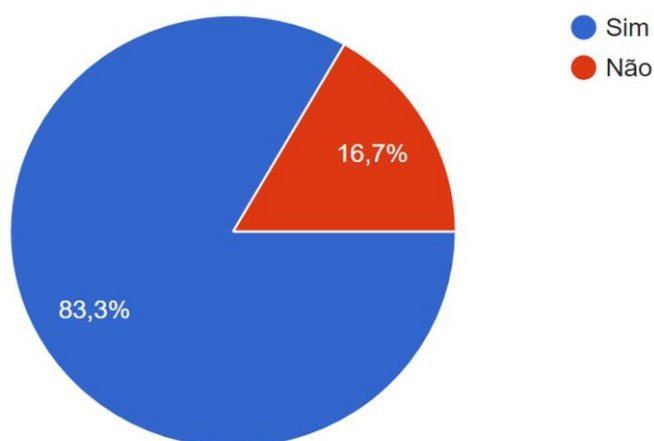
Em atividade de estágio remunerado encontram-se 46,9 % atuantes, e embora não seja uma garantia de permanência no trabalho, é uma possibilidade, ou seja, se de repente o estagiário se destacar seja em produção, atendimento, comunicação, habilidade para resolução e compreensão de problemas entre outros, e a empresa estiver em condições e necessidade de contratar alguém, pode ser que aquele que se destacou consiga se fixar na atividade desenvolvida.

E por último com 21,9 %, embora seja o quantitativo menor do grupo de três, conseguiram montar seu próprio negócio. Voltando para o gráfico demonstrativo de salários recebidos, pode ser que do grupo dos que trabalha por conta própria talvez algum ganhe acima de 2,5 salários mínimos e meio. Ressalta-se que é somente uma hipótese. Não se dispõe de dados que confirme tal. Se conseguiram entrar no mercado e estão se mantendo, existem grandes possibilidades de crescimento e melhorias em vários aspectos, inclusive no salário. Ao analisar as três categorias, embora de números pequenos de pessoas, pode-se dizer que apresentam aspectos positivos, pois 50 % dos entrevistados conseguiram sair da lista dos 10,9 % de desempregados no Brasil.

*dentre os que responderam estão trabalhando

Gráfico 9 - Trabalho voluntário

Realizou trabalho voluntário após o ME?

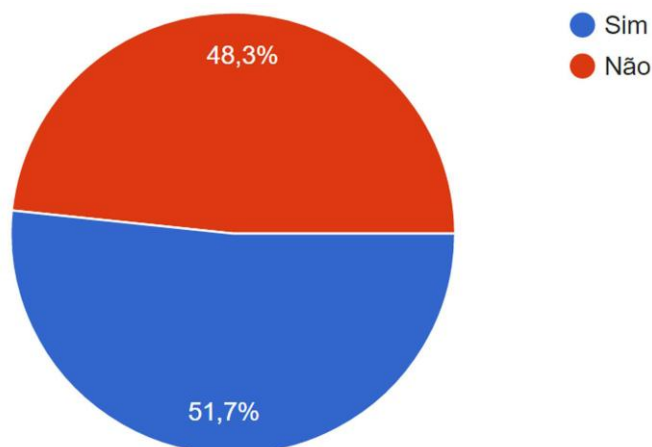


Fonte: www.juniorachievementbrasil.org.br/jabrasil

Uma ressalva para a seguinte situação: do total de alunos que participaram do ME, 83,3% já realizaram algum tipo de trabalho voluntário. Por mais que pareça algo simples, é possível dizer que não o é. O fato de adolescentes se disponibilizarem para a realização de trabalhos voluntários demonstra “certa maturidade”, compromisso social, responsabilidade com o futuro da sociedade e quicça da nação brasileira, pois por mais simples que seja esse trabalho, ele poderá gerar frutos que farão a diferença no país, afinal, todos os dados aqui expostos em parte são resultados de trabalho voluntário.

Acredita-se que a conscientização é um dos fatores inerentes no alcance do desenvolvimento, de melhorias em diversos setores: saúde, educação, saneamento, segurança, economia, enfim, a partir do momento que se tem a consciência que tal ação pode fazer grande diferença ao ponto de mudar a realidade beneficiando não somente um indivíduo, mas um grupo, uma comunidade e toda uma sociedade se terá e verá ações e fatos que sejam realmente extraordinários.

Gráfico 10 - Já realizou trabalho voluntário na Junior Achievement Pará?



Fonte: www.juniorachievementbrasil.org.br/japara

Desse quantitativo que disponibiliza parte de seu tempo contribuindo com a formação de outros adolescentes, 51,7 % realizaram trabalho voluntário na própria Junior Achievement Pará, o que por conseguinte é muito gratificante, pois essa participação é livre e espontânea e significa que seja de maneira direta ou indireta o trabalho realizado em sala de aula resultou positivamente, na medida em que o ex-achievement entendeu a necessidade de sair de sua zona de conforto e partir para a prática do que aprendeu, ou seja, socializar, transmitir e mediar novos conhecimentos.

Ao comparar este resultado com o resultado do gráfico acima, percebe-se que alguns dos ex-achievers se disponibilizaram para outro campo de atuação fora da JA Pará. Embora sejam poucos, o resultado é visto como positivo na medida em que o adolescente demonstra que aprendeu a necessidade de sua contribuição de alguma forma no desenvolvimento do município.

4.2 Reflexo da JA para os participantes dos cursos

Quadro 4 - Após participar da Mini empresa

Se sentiu mais motivado a iniciar sua carreira profissional	78,3 %
Se sentiu mais motivado para estabelecer novos objetivos para sua vida	71,7 %
Se sentiu motivado a estudar mais	68,3 %
Se sentiu mais motivado a abrir um negócio	55,0 %

Fonte: Adaptado pela autora com dados da JA

Quadro 5 - Participação na Mini empresa desenvolveu as seguintes competências

Persistência	71,7%
Iniciativa	71,0%
Trabalhar em equipe	70,0%
Liderança	68,3%
Capacidade de tomada de decisão	63,3%
Capacidade de Planejamento	60,0%
Assumir riscos	60,0%
Criatividade	60,0%
Autonomia	58,0%
Capacidade de resolução de problemas	56,7%
Ousadia	55,0%
Confiança	55,0%

Fonte: Adaptado pela autora com dados da JA

Quadro 6 - Percepção de impacto

O ME foi o meu primeiro contato com o mundo dos negócios	68,3%
O programa ME me mostrou que era possível empreender	65,0%
O ME me fez chegar no mercado de trabalho com uma visão mais clara do mundo dos negócios.	48,3%
O ME influenciou minha postura profissional	45,0%
O ME fez aumentar minha rede de contatos profissionais	38,3%

Participar do ME influenciou minhas escolhas acadêmicas	36,7%
Tenho maior empregabilidade graças à minha participação no ME	28,3%
Minha participação no ME teve impacto sobre minha renda atual	21,7%
O ME influenciou minha ascensão profissional	21,7%

Fonte: Adaptado pela autora com dados da JÁ

Quadro 7 - O programa mini empresa, segundo os ex achievers

Motiva a iniciar carreira profissional e estabelecer novos objetivos para a vida.
Desenvolve o trabalho em equipe, persistência, liderança, tomada de decisão, iniciativa.
Mostra que é possível empreender
É o primeiro contato com o mundo dos negócios
O ex-achiever é:
Consciente: 83% realizou trabalho voluntário após o Miniempresa
Diferenciado: 50% está trabalhando no momento; 66% tem ou já ajudou alguém a abrir seu próprio negócio.
Estudioso: 66% já tem ou está cursando ensino superior; 45% já fez ou está fazendo curso de idiomas.
Precoce: 40% iniciou a vida profissional até os 17 anos.

Fonte: Adaptado pela autora com dados da JÁ.

4.3 Análise das tabelas

O MiniEmpresa é um programa onde o aluno colocará em prática tudo o que aprendeu no decorrer de várias atividades desenvolvidas. Após a efetiva participação de adolescentes e jovens nesse programa da Junior Achievement Pará, foi possível concluir através do levantamento de dados os seguintes pontos:

- Uma porcentagem representada por 55,0 % sentiram-se mais motivados a abrir o próprio negócio. Isso significa que estão mais preparados e confiantes para um importante passo na vida profissional, conscientes das dificuldades, catalisadores de possibilidades e probabilidades, dispostos a arriscar o necessário de forma consciente e responsável. Um quantitativo de 71,7 % sente-se mais motivado a estabelecer novos objetivos para sua vida, fator relevante para quem deseja empreender e diferenciar-se.
- Outro aspecto que jamais pode ser deixado de lado refere-se ao estudo. O jovem e adolescente sente-se mais motivado a continuar os estudos. Entende-se que há uma compreensão da necessidade de está buscando novos mecanismos que sejam propiciadores de oportunidades e não somente mais um empreendedor no mercado cheio de surpresas, incertezas e desafios. Estudar é fator inerente nesse processo do empreender: estudar o mercado, a concorrência, os aspectos positivos e

negativos do negócio, as possibilidades de dar certo, riscos calculados etc, são fatores que fazem diferença no momento de iniciar a carreira profissional.

- Porém, apesar de 68,3 % se sentir mais motivado a estudar mais, considera-se que apesar do aspecto positivo citado acima, esse resultado não é tanto satisfatório, diante da extrema importância dos estudos na formação do indivíduo, seja ela acadêmica, profissionalizante, técnica, enfim, acredita-se que o estudo é uma das bases essenciais para o sucesso. Em contrapartida, 78,3 % sentiu-se mais motivado a iniciar sua carreira profissional. Isso mostra cidadãos mais ousados a arriscar, mais preparados para o mercado e dispostos a aprender, o que é relevante.
- Dentre as contribuições que o Programa Miniempresa oportuniza aos seus aprendizes estão: persistência trabalho em equipe e iniciativa, como destaque no rol das competências adquiridas com a aprendizagem diferenciada. Liderança, capacidade de planejamento, tomada de decisão, assumir riscos e criatividade também são fatores que contribuem para o desenvolvimento de um empreendedor visionário. E por último, autonomia, capacidade de resolução de problemas, ousadia e confiança como aspectos que atrelados aos demais supra citados complementam o quadro de competências desenvolvidas pelos achievers.

Pode-se dizer que o Miniempresa proporciona diversas possibilidades e influências na vida do adolescente que por um período de sua vida escolar entra em contato com o mundo do empreendedorismo. Dentre essas possibilidades está o contato com o mundo dos negócios, pois verdadeiramente para 68,3% o primeiro contato com esse mundo ocorreu no ME. Diante desse resultado conclui-se que nem a família e nem a escola criaram meios para apresentar esse mundo ao aluno, a ponto de este vir a conhecê-lo por meio de uma organização que antes nem se quer sabia que o aluno X ou Y existia.

O Miniempresa mostrou a 65,0 % dos alunos a possibilidade de empreender e esse fator é importante, pois muitos deles não têm recursos financeiros para custear uma formação desse nível. Então, através do Programa Miniempresa o adolescente aprende a confiar mais em si, acreditar que é capaz, e algo que parece simples pode se tornar grandioso aos olhos de quem empreende, enfim, mostram-se possibilidades de melhoria na qualidade de vida e pensa-se que isso é extremamente primordial, pois essa possibilidade pode sustentar um sonho que poderá se tornar realidade.

Entre os fatores positivos e relevantes no trabalho desenvolvido pela JA Pará, é o fato de este proporcionar ao adolescente uma melhor compreensão do mundo dos negócios, o que consequentemente fará o mesmo adquirir uma postura profissional mais comprometida, responsável e cautelosa diante de fatos e ações. A oportunidade de um

aprendizado diferenciado também faz com que o cidadão conheça pessoas que podem de alguma forma o ajudar, seja num estágio, uma indicação para uma entrevista, uma orientação de como se comportar, enfim, pessoas que efetivamente tem muito a contribuir.

CONCLUSÃO

Empreendedorismo. A palavra é simples, porém seu significado vai para além do que se pode imaginar. Aprendeu-se que empreender não é somente criar um empreendimento, algo que venha gerar lucro para quem o cria. Compreendeu-se que empreender também está relacionado ao gerir um negócio ou até uma ação de forma inovadora cujo resultado venha realmente alcançar a satisfação do cliente, patrão ou beneficiado.

Empreender também é criar um produto, porém não somente criá-lo. Este deve ser eficaz e de alguma forma atender uma necessidade da sociedade consumidora ou até mesmo o empreendedor deva trabalhar uma estratégia de marketing criando no consumidor a necessidade do consumo ou mostrando para este que seu produto facilitará seu dia a dia.

Porém, não se pode ater os comentários somente para os empreendimentos, pois eles não existiriam se não existissem os empreendedores. Pessoas com características extremamente peculiares, que transformam a vida da sociedade por meio de suas criações.

São muitos os atributos de quem abraça o empreendedorismo verdadeiramente, e dentre esses, está a inovação. Conclui-se que inovar não é somente criar um produto ou serviço. É mas causar um efeito positivo para quem será apresentado esse novo, de forma que não seja somente mais um produto, e sim o produto. Algo que cause impacto, que mexa com a estrutura do mercado consumidor, venha ser aceito e reconhecido por sua eficácia, necessidade, facilidade, praticidade, relevância, que seja capaz de competir e até vencer a concorrência e assim conquiste ou alcance o gosto do mercado consumidor.

Não se pode deixar de falar nesse momento do impacto social e econômico do país que empreende. Na economia, o empreendedor com seus empreendimentos ajudam no desenvolvimento e crescimento da nação na medida em que a inovação apresentada gera emprego e consequentemente renda, o capital financeiro circula. Com a geração de empregos, isso significa diminuição do índice de desemprego. Quanto mais oportunidades de trabalho forem abertas no mercado, melhor será para a estabilidade financeira do país.

E, em se tratando do empreendedorismo social, este por sua vez contribui significativamente para o desenvolvimento da sociedade quando suas atividades voltam-se para o coletivo. Nesse tipo de empreendimento o lucro é uma consequência, um objetivo secundário ou ainda atrelado ao bem comum a todos. Dessa forma o indivíduo pode

empreender, quiça gerar emprego e renda e ao mesmo tempo como foco principal trazer benefícios para a sociedade. Cita-se um exemplo:

Instalação de uma torre de internet numa área ribeirinha que antes não tinha acesso a esse recurso. Se instalada pelo governo, as escolas poderão ter computadores, alunos com acesso a pesquisa e uma gama de informações, professores poderão ministrar aulas diferenciadas utilizando programas educativos, enfim, o novo recurso gerará um número mínimo de empregos, em contra partida os alunos de todos os turnos poderão melhorar a aprendizagem, ter acesso a informações importantíssimas, professores mais motivados pelo novo recurso. No geral, o benefício para toda aquela comunidade é incontável.

Agora, se a torre for instalada por um morador da comunidade que disponha de recursos financeiros para isso, o serviço de internet poderá ser vendido para as famílias e disponibilizado inúmeros outros recursos para a população que antes precisaria viajar para a cidade do município para resolver problemas como: emissão de CPF, boletim de ocorrência, marcação de consultas, entre outros serviços. Sendo assim, o morador que necessitar de um desses serviços gastará menos pagando alguém que na própria comunidade já oferta o mesmo e resolverá em alguns minutos não precisando dispor de quase um dia para isso.

É verdade que esse tipo de empreendimento gera um problema: a exclusão social, pois nem todos terão recursos financeiros para aderir ao pacote de internet. Porém, o mesmo não será comentado aqui para não fugir de nosso foco. Agora, reportando-se ao trabalho voluntariado desenvolvido pela JA em algumas escolas privadas, estaduais e municipais de Belém, diz-se o seguinte: considera-se relevante para o desenvolvimento intelectual do aluno, pois leva para a sala de aula a abordagem de temas atuais que levam o adolescente a reflexão, pesquisa e consequentemente conhecimento da realidade que proporcionará uma postura mais crítica, alunos questionadores e conscientes de seus direitos e também deveres, pois direta e indiretamente contribuem para uma aprendizagem mais significativa.

Outro ponto relevante refere-se ao material utilizado nas aulas. Os alunos recebem uma caneta e uma pequena revista com ilustrações, pequenos textos que explicam o assunto de forma mais acessível envolvendo situações do cotidiano, e apesar de ser algo novo, os alunos começam a socializar junto, perguntam, expõe situações, enfim, participam. Após a conclusão, os alunos recebem um certificado de participação no curso que já lhes confere um conhecimento diferenciado, embora ainda muito limitado. Entretanto, se a escola solicitar, os programas podem continuar até o ensino médio, o que na maioria das vezes acontece. Frisa-se também que para além da sala de aula, esse aprendizado é apresentado em Feiras de Ciências das escolas e outros eventos que possibilitem a amostra do que aprenderam até a apresentação de um produto ou serviço. Além de ser um incentivo para os

alunos mostrarem o que sabem em público, as habilidades desenvolvidas, é uma experiência que poderá fazer diferença em sua vida profissional, uma vez que conhecem pessoas que já estão no mercado e se identificar para desenvolver algo com outros adolescentes em fase de desenvolvimento do comportamento empreendedor.

Observou-se no decorrer desse estudo que uma parte desses alunos interessa-se verdadeiramente pelo empreendedorismo quando planejam o futuro, em situações do cotidiano analisam e identificam uma forma de melhorar um determinado serviço, reúnem-se em grupos para planejar um negócio de imediato e começar a gerar renda sem atrapalhar os estudos, quando realizam pequenas pesquisas de bairro detectando problemas, adolescentes que demonstram habilidades para diversas áreas como marketing, contabilidade, administração, atitudes que mostram conscientização entre outros.

Jamais poderia deixar de registrar nessas entrelinhas que em todos os programas desenvolvidos, trabalha-se fortemente a questão dos valores humanos. Apesar de se ter um programa específico para tal, em todos os demais se busca resgatar valores éticos e morais que já não se vê mais nas pessoas.

Como já foi demonstrado nos gráficos acima, o ensino do empreendedorismo pode contribuir em vários aspectos para o desenvolvimento e crescimento econômico do município, além do fator social. Se com apenas um número pequeno de pesquisados obteve-se resultado positivo, imagine se todas as escolas estaduais e municipais de Belém aderissem aos programas da Junior Achievement desde o ensino fundamental menor até o ensino médio, teríamos adolescentes e jovens não 100%, mas preparados para atuar no mercado de trabalho com segurança, coragem, conhecimento e confiança.

Nesse sentido, seria de grande relevância se as Secretarias de Educação Municipal e Estadual abraçassem essa causa como forma de melhorar a qualidade do ensino oferecido na rede qualificando profissionais que através da grade curricular desenvolvesse no adolescente o comportamento empreendedor descobrindo e desenvolvendo habilidades que impulsionarão a formação do indivíduo em vários aspectos, considerando que jovens qualificados.

Diante de tudo que fora visto, acredita-se que trabalhar o desenvolvimento do comportamento empreendedor no adolescente não é somente mediar, transmitir, socializar um novo conhecimento, mas dá a este a oportunidade de descobrir e desenvolver habilidades, identificar oportunidades de mercado, construir uma ou várias ideias, ver na crise do país uma possibilidade de empreender, ser um indivíduo ativo em vários setores da sociedade, ser humano responsável e consciente que suas ações inferem na realidade do próximo, além de poder contribuir, seja direta ou indiretamente no desenvolvimento econômico de Belém.

A tabela 1 nos mostra o quanto os adolescentes que participam de programas de empreendedorismo nas escolas sentem-se motivados a propor novos objetivos para sua vida, reconhecem e compreendem a necessidade de estudar e de como este interfere em seu futuro, além da motivação de abrir seu próprio negócio. Entende-se que alunos mais preparados para atuar no mercado de trabalho podem alterar a realidade econômica de seu estado ou município por meio de seus empreendimentos e através da geração de emprego e renda.

Ao analisar a tabela 2 observa-se alunos com visão diferenciada do mundo dos negócios. Alunos dispostos a enfrentar novos desafios, arriscar o necessário e com responsabilidade, mais preparados para decidir situações que lhe exigem cautela e conhecimento, alunos que desenvolveram um comportamento inovador diante de sua realidade, mais confiantes em sua capacidade, ousados e criativos. Diante dessas competências, se aplicados no trabalho realizado, o adolescente desenvolverá melhor qualquer tipo de atividade e fará a diferença no mercado.

Ao que se refere a tabela de número 3, observa-se que para muitos desses alunos o Miniempresa foi o primeiro contato com o mundo dos negócios. Conclui-se assim, que nem a família ou a própria escola tiveram a sensibilidade de estar mostrando e ensinando para o adolescente além de valores e conteúdos escolares. Observa-se também que para alguns alunos que já desenvolviam algum tipo de atividade remunerada, os cursos de formação empreendedora influenciaram a escolha de um curso na universidade, provocaram a ascensão financeira e profissional dos mesmos, o que vem a ser extremamente relevante, pois é resultado de um ensino desenvolvido por voluntários fazendo a diferença na vida de adolescentes que não tem oportunidades e possibilidades de buscar esse conhecimento no setor privado, ou até mesmo por motivos diversos.

Diante do exposto, explana-se como recomendações para trabalhos futuros o seguinte:

- Realizar pesquisas em todas as escolas do município de Belém que desenvolveram programas de formação empreendedora da Junior Achievement.
- Contactar com o maior número possível de alunos que participaram do Programa Miniempresa e obter informações de que maneira este influenciou sua vida profissional.
- Estes ex-achievers estão retribuindo os trabalhos voluntários realizado em suas salas de aula e de que maneira estão retribuindo?
- Qual a contribuição destes ex-achievers na estabilidade da economia do município de Belém e do Estado do Pará?

BIBLIOGRAFIA

- ALARCÃO, I. *Professores reflexivos em uma escola reflexiva*. São Paulo: Cortez, 2011.
- BAGGIO, A. F.; BAGGIO, Daniel Knebel. *Empreendedorismo: Conceitos e definições*. 2014. Disponível em: <https://seer.imes.edu.br/index.php/revistas/article>. Acesso em: 03/07/2016.
- BANDEIRA, M. *Tipos de Pesquisa*. Disponível em: www.ufsj.edu.br. Acesso em 12/12/2016.
- BARBOSA, Alexandre de Freitas. *O mundo globalizado: política, sociedade e economia*. São Paulo: Contexto, 2015.
- BARON, Robert A; SHANE, Scott A. *Empreendedorismo: Uma Visão de Processo*. São Paulo: Cengage Learning, 2015.
- BASTOS, Maria João Marques Lemos. 2012. Disponível em: <http://recil.grupolusofona.pt>. Acesso em: 14/08/2016.
- CAMPOS, Teodoro Malta; MARTENS, Cristina Dai Prá; REZENDE, Marcelo Rosa de Rezende; CARMONA, Viviane Celina; LIMA, Edmilson. *Produção Científica Brasileira sobre Empreendedorismo Social entre 2000 e 2012*. Disponível em www.regepe.org.br/index.php/regepe/article/view/29 acesso em 14/08/2016.
- CANDA, António Pedro Boas. *O processo de Empreendedorismo em Empresas de base Tecnológica: uma abordagem suportada em estudo de caso*. 2013. Disponível em: <http://recil.grupolusofona.pt>. Acesso em: 14/08/2016.
- CARNEIRO, Victor Sá. *O Empreendedorismo e a Inovação na Saúde, factores potenciadores de novos projetos*. 2012. Disponível em: <http://recil.grupolusofona.pt>. Acesso em: 14/08/2016.
- CHRISTO, Rodrigo de Siqueira Campos. *Comportamento inovador: fatores geradores antecedentes e conseqüentes*. Natal, 2011. Disponível em: <https://unp.br/wp-content/uploads/2013/12/dissertacoes-2009-rodrigo-siqueira1.pdf>. Acesso em 3/07/2016.
- COSTA, Maria Tereza Gomes da; CARVALHO, Luiza Cagica. *A Educação para o Empreendedorismo como facilitador da Inclusão Social: um caso no ensino superior*. 2011. Disponível em: <http://revistas.ulusofona.pt>. Acesso em: 14/08/2016.
- COSTA, Robson Antonio Tavares; FURTADO, Carli Brighith Reis Araújo. *Empreendedorismo: características, habilidades e competências*. 2016. Disponível em: www.regmpe.com.br/volume-1-n22. Acesso em 03/08/2016.
- CUSTÓDIO, Telma Padilha; TÓFOLI, Eduardo Teraoka. NOGUEIRA, Ana Beatriz. *Empreendedorismo: um estudo sobre a importância do empreendedorismo como estratégia de negócios na empresa fênix locações e eventos*. São Paulo: 2011. Disponível em: www.salesianolins.br/universitaria. Acesso em: 21/09/2016.
- DOLABELA, Fernando. *Oficina do Empreendedor*. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. São Paulo: Atlas, 2016.

FREITAS, Wesley Ricardo de Souza; JABBOUR, Charbel José Chiappetta. *O Estudo de Caso(s) como Estratégia de Pesquisa Qualitativa: fundamentos, roteiros de aplicação e pressupostos de excelência*. Disponível em: www.abepro.com.br. Acesso em 12/12/2016.

FONSECA, João José Saraiva da. *Metodologia da Pesquisa Científica*. Disponível em: www.ia.ifrj.br. Acesso em: 12/12/2016.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. *Tipos de Pesquisa*. 2009. Disponível em: www.ufrgs.br. Acesso em 12/12/2016.

GIL, Robledo Lima. *Tipos de Pesquisa*. 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: wp.ufpel.edu.br. Acesso em 13/12/2016.

SANTOS, Carlos José Giudice dos. *Tipos de pesquisa*. 2009. Disponível em www.oficinadapesquisa.com.br. Acesso em 12/12/2016.

JUNIOR, Edmundo Inácio; GOMES, Geni Col; JUNIOR, Jorge Manuel Vitória Caetano. *Como o empreendedorismo tem se associado à criatividade e liderança: algumas proposições sobre como ocorrem estas relações*. Disponível em: www.anegepe.org.br. Acesso em 19/09/2016.

LOPES, Cristina Lúcia Janini. *Educação Empreendedora: Um estudo do Projeto Empreendedorismo 10.0 aplicado aos alunos do Curso Técnico em Informática*. 2014. Disponível em: <https://seer.imes.edu.br>. Acesso em: 28/08/2016.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos da Metodologia Científica*. São Paulo: Atlas, 2003. Disponível em: docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplina/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india. Acesso em 12/12/2016.

MORAES, Mírian Leão de; FAVERO, Rafaella Damázio. PINTO, Daniel Otávio Alves. *Revista Científica do Centro de Ensino Superior Almeida Rodrigues - ANO II - Edição II - Janeiro de 2014*. Disponível em: <http://faculdefar.edu.br/arquivos/revista-publicacao/files-31-0.pdf>. Acesso em 03/07/2016.

MIRSHAWKA, Victor. *Empreender é a solução*. São Paulo: DVS Editora, 2004.

OLIVEIRA, Edson Marques. *Empreendedorismo Social no Brasil: Atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias*. Curitiba, 2004. Disponível em: http://cac-php.unioeste.br/projetos/casulo/docs/art_fae.pdf. Acesso em: 16/11/2016.

PEREIRA, Isabella Monteiro; OLIVEIRA, Denis Renato de; VALADARES, Josiel Lopes; EMMENDOERFER, Magnus Luiz. *Comportamento Empreendedor no Setor Público: análise comparada de dois presidentes do Brasil*. 2016. Disponível em: www.regepe.org.br. Acesso em: 28/08/2016.

RIBEIRO, Maria; FERNANDES, António; MATOS, Alda; CABO, Cabo. *Empreendedorismo, Inovação e Desenvolvimento local: As Micro e Pequenas Empresas do Interior*

Norte de Portugal.2016. Disponível em: <http://www.regmpe.com.br/volume-1-n3-2016>. Acesso em: 14/08/2016.

SELA, Vilma Meurer; SELA, Francis Ernesto Ramos; FRANZINI, Quaglia. *Ensino do Empreendedorismo na Educação Básica, voltado para o Desenvolvimento Econômico e Social Sustentável: um estudo sobre a metodologia "Pedagogia Empreendedora" de Fernando Dolabela*. Disponível em: www.anpad.org.br. Acesso em 03/10/2016.

SILVA, Fabiana Pontes da; MOTA, Lueny da Silva; BORGES, Rejjane Aparecida Silva; COUTO, Taynara Silva do; SILVEIRA, Thais Cardoso. 2012. Disponível em: <http://revistacientifica.facmais.com.br>. Acesso em: 25/10/2016.

SHANE, Scott A; BARON. Robert A. *Empreendedorismo: uma visão de processo*. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

SILVA, Amalin Vieira da. *Como Empreendedores Sociais Constroem e mantêm a Sustentabilidade de seus Empreendimentos*. 2009. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br>. Acesso em: 16/11/2016.

SILVA, Denise Rodrigues da. *O Empreendedor e o Crescimento Sustentável da Firma*. 2012. Disponível em: www.coppead.ufrj.br/upload/publicacoes/Tese_Denise_Silva.pdf. Acesso em: 03/07/2016.

SOUZA, Silvana Aparecida de. *A introdução do empreendedorismo como componente curricular na educação brasileira: Primeiras considerações*. 2012. Disponível em: <https://www.metodista.br>. Acesso em 03/10/2016.

TEIXEIRA, Cláudia Manuela Mendes. *Educação para o Empreendedorismo: Um estudo sobre o Projeto Nacional de Educação para o Empreendedorismo*. Coimbra, 2012. Disponível em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/21484?mode=full>. Acesso em 03/07/2016.

G1.globo.com/economia/noticia/2016/03/taxa-media-de-desemprego. Acesso em 04/12/2016. http://adm.catalao.ufg.br/up/567/o/manual_de_metodologia_cientifica_-_prof_maxwell.pdf.